

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**PLAN DE PROMOCIÓN PARA LOS PROGRAMAS DE  
CAPACITACIÓN DE LA COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN  
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Y CONTABLES DE LA PUCE**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**CRISTINA MONTSERRAT TORRES JÁCOME  
VERÓNICA DANIELA VILLAGRÁN VITERI**

**ING. JUAN CARLOS LATORRE**

**QUITO, 2010**

**DIRECTOR DE DISERTACIÓN**

Ing. Juan Carlos Latorre

**INFORMANTES**

Ing. Mariano Merchán

Ing. Iván Rueda

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

### **1. ANÁLISIS SITUACIONAL, 3**

1.1. ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS, 3

1.1.1. Análisis País, 3

1.1.2. Análisis sector de la Capacitación, 10

1.1.3. Análisis de la Demanda, 14

1.2. ANÁLISIS INSTITUCIONAL DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, 17

1.3. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR DE LA CAPACITACIÓN, 19

1.3.1. Análisis de Fuerzas Competitivas, 19

1.3.1.1. Poder de Negociación de Proveedores, 19

1.3.1.2. Poder de Negociación de Compradores, 21

1.3.1.3. Productos Sustitutos, 24

1.3.1.4. Amenazas de Nuevos Ingresantes, 25

1.3.1.5. Rivalidad entre los Competidores Actuales, 27

1.3.2. Mercado Referencia, 28

1.4. UNIDAD DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD, 31

1.4.1. Antecedentes, 31

1.4.2. Organización, 32

1.4.3. Funciones, 35

1.4.4. Proceso, 37

### **2. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO DE CAPACITACIÓN, 39**

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN, 39

2.1.1. Objetivos de la Investigación, 39

2.2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN, 41

2.2.1. Fuentes Secundarias, 43

2.2.2. Fuentes Primarias, 43

2.3. INVESTIGACIÓN DE FUENTES SECUNDARIAS, 44

2.3.1. Información obtenida a través de páginas web, 44

2.3.1.1. SECAP (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional), 44

2.3.1.2. CEC (Centro de Educación Continua) Escuela Politécnica Nacional, 45

2.3.1.3. Cámara de Comercio de Quito (CCQ), 46

- 2.3.1.4. Fundación Cicerón – Universidad San Francisco de Quito, 47
- 2.3.1.5. Tecnológico de Monterrey, 49
- 2.3.1.6. UNIDEC - Universidad Central del Ecuador, 51
- 2.3.1.7. ESPE, 52
- 2.3.1.8. FLACSO, 54
- 2.3.2. Informe de Capacitación Segmento B2B, 57
  - 2.3.2.1. Consideraciones Metodológicas, 57
  - 2.3.2.2. Resultados Obtenidos, 60
  - 2.3.2.3. Análisis de Resultados, 77
- 2.4. INVESTIGACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS, 79
  - 2.4.1. Fase Cualitativa, 79
    - 2.4.1.1. Justificación, 79
    - 2.4.1.2. Instrumento de Investigación, 79
    - 2.4.1.3. Levantamiento de la Información, 80
    - 2.4.1.4. Informe de Resultados, 81
  - 2.4.2. Análisis Segmento B2C, 84
    - 2.4.2.1. Consideraciones Metodológicas, 84
    - 2.4.2.2. Resultados Obtenidos, 89
    - 2.4.2.3. Informe de Resultados, 112
  - 2.4.3. Cliente Fantasma, 115
    - 2.4.3.1. Técnica, 115
    - 2.4.3.2. Análisis de la Información, 117

### **3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO INTEGRAL, 126**

- 3.1. FODA, 126
  - 3.1.1. Fortalezas y Debilidades, 127
  - 3.1.2. Oportunidades y Amenazas, 130
- 3.2. VENTAJA COMPETITIVA, 131

### **4. PLAN DE MARKETING, 135**

- 4.1. DEFINICIÓN DEL MERCADO META, 135
  - 4.1.1. Segmentación del Mercado, 136
  - 4.1.2. Demanda Potencial, 137
  - 4.1.3. Posicionamiento, 139
    - 4.1.3.1. Mapa de posicionamiento en base a nivel de satisfacción, 140
    - 4.1.3.2. Análisis de Posicionamiento, 141
    - 4.1.3.3. Desarrollo de Posicionamiento, 145

- 4.1.4. Estrategias de Desarrollo, 147
  - 4.1.4.1. Desarrollo de programas de capacitación bajo el Aval FCAC PUCE, 148
  - 4.1.4.2. Reestructuración del Organigrama de Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, 149
  - 4.1.4.3. Alianzas y Convenios con los Gremios Profesionales afines a Administración, 152
  - 4.1.4.4. Servicio de Diagnóstico de Necesidades, 153
  - 4.1.4.5. Formar un Equipo de Ventas, 154
  - 4.1.4.6. Acreditación a la Corporación Nacional de Capacitación y Formación Profesional CNCF, 155
- 4.1.5. Marketing Mix, 158
  - 4.1.5.1. Producto, 158
  - 4.1.5.2. Plaza, 168
  - 4.1.5.3. Precio, 176

## **5. PLAN DE PROMOCIÓN, 189**

- 5.1. CONSIDERACIONES PREVIAS, 189
  - 5.1.1. Etapa previa a la compra, 189
  - 5.1.2. Etapa de consumo, 190
  - 5.1.3. Etapa de evaluación posterior a la compra, 190
  - 5.1.4. Problemas de comunicación, 191
- 5.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN, 192
  - 5.2.1. Objetivo General, 192
  - 5.2.2. Objetivos Específicos, 192
- 5.3. SELECCIONAR UNA AUDIENCIA OBJETIVO, 193
- 5.4. MENSAJE A TRANSMITIR A LA AUDIENCIA OBJETIVO, 194
  - 5.4.1. Objetivos, 194
  - 5.4.2. Información Institucional, 195
  - 5.4.3. Descripción del servicio, 195
  - 5.4.4. Factores Diferenciadores, 196
- 5.5. DESARROLLO ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN, 197
- 5.6. DESARROLLO TÉCNICO, 200
  - 5.6.1. Políticas de Comunicación Institucional, 200
  - 5.6.2. Evaluación de Proveedores, 200
- 5.7. DESARROLLO DE PIEZAS PUBLICITARIAS, 202
- 5.8. PLAN DE MEDIOS, 210
  - 5.8.1. Enfoque Interno para el Segmento B2B, 210
  - 5.8.2. Enfoque Externo para el Segmento B2C, 211

## **6. PRESUPUESTO DEL PLAN DE PROMOCIÓN, 212**

### **6.1. OBJETIVO, 212**

#### **6.1.1. Costos, 212**

##### **6.1.1.1. Costos Segmento B2B, 213**

##### **6.1.1.2. Costos Segmento B2C, 214**

#### **6.1.2. Presupuesto Alternativa 1, 214**

#### **6.1.3. Presupuesto Alternativa 2, 215**

#### **6.1.4. Análisis Concluyente, 216**

## **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 217**

### **7.1. CONCLUSIONES, 217**

### **7.2. RECOMENDACIONES, 225**

## ÍNDICE DE TABLAS

### 1. ANÁLISIS SITUACIONAL, 3

- Tabla N°1: Condiciones de Actividad Laboral, 11
- Tabla N°2: Personal Docente FCAC - PUCE, 20
- Tabla N°3: Ranking Empresarial por Monto de Inversión, 24
- Tabla N°4: Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIU Empresas de Capacitación, 29
- Tabla N°5: Principales Variables Económico - Financieras de las 1000 Compañías más Importantes de Pichincha, 30

### 2. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO DE CAPACITACIÓN, 39

- Tabla N°6: Análisis Comparativo de la Competencia Fuentes Secundarias, 56
- Tabla N°7: Alternativas de Capacitación, 60
- Tabla N°8: Medios de Comunicación Utilizados, 61
- Tabla N°9: Temas Claves de Capacitación en Ventas Marketing, 64
- Tabla N°10: Temas Claves de Capacitación en Servicio al Cliente, 65
- Tabla N°11: Temas Claves de Capacitación en Productividad - Calidad, 66
- Tabla N°12: Temas Claves de Capacitación en Operaciones, 67
- Tabla N°13: Temas Claves de Capacitación en Administración, 68
- Tabla N°14: Temas Claves de Capacitación en Recursos Humanos, 69
- Tabla N°15: Temas Claves de Capacitación en Finanzas - Contabilidad, 70
- Tabla N°16: Temas Claves de Capacitación en Tributación - Legal, 71
- Tabla N°17: Lista de Entrevistados en Fase Cualitativa, 80
- Tabla N°18: Lugares Seleccionados para Levantamiento de Campo, 87
- Tabla N°19: Cambios Realizados en Base a Encuesta Piloto, 88
- Tabla N°20: Razones y Motivaciones, 90
- Tabla N°21: Tipo de Curso, 91
- Tabla N°22: Temáticas de Capacitación, 92
- Tabla N°23: Atributos Buscados, 93
- Tabla N°24: Duración de Programa de Capacitación, 95
- Tabla N°25: Intención de Pago, 95
- Tabla N°26: Nivel de Educación, 97
- Tabla N°27: Cargo Actual, 97
- Tabla N°28: Edad, 98
- Tabla N°29: Área Administrativa donde Trabaja Actualmente, 99
- Tabla N°30: TOM, 101

|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla N°31: Conocimiento Ayudado,                                                | 102 |
| Tabla N°32: Análisis del Servicio de Capacitación,                               | 104 |
| Tabla N°33: Nivel de Satisfacción del Curso Recibido,                            | 107 |
| Tabla N°34: Medios de Comunicación Utilizados,                                   | 109 |
| Tabla N°35: Intención de Capacitación en la PUCE,                                | 111 |
| Tabla N°36: Aspectos Evaluados como Cliente Fantasma,                            | 116 |
| Tabla N°37: Evaluación de la Competencia,                                        | 117 |
| Tabla N°38: Evaluación Concluyente de la Competencia,                            | 119 |
| Tabla N°39: Análisis Comparativo de Programas de Capacitación de la Competencia, | 120 |
| Tabla N°40: Resumen de Oferta de la Competencia,                                 | 124 |

### **3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO INTEGRAL, 126**

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| Tabla N°41: Fortalezas y Debilidades, | 127 |
| Tabla N°42: Oportunidades y Amenazas, | 130 |

### **4. PLAN DE MARKETING, 135**

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| Tabla N°43: Proyección Demanda Potencial- Escenario 1,  | 139 |
| Tabla N°44: Proyección Demanda Potencial- Escenario 2,  | 139 |
| Tabla N°45: Nivel de Satisfacción Competencia Directa,  | 140 |
| Tabla N°46: Análisis del Servicio de la Competencia,    | 140 |
| Tabla N°47: Estructura de Costos,                       | 176 |
| Tabla N°48: Precios de la Competencia Primer Análisis,  | 179 |
| Tabla N°49: Precios de la Competencia Segundo Análisis, | 179 |
| Tabla N°50: Análisis de Costos Modalidad 1,             | 182 |
| Tabla N°51: Fijación de Precio Escenario 1,             | 183 |
| Tabla N°52: Análisis de Costos Modalidad 2,             | 184 |
| Tabla N°53: Fijación de Precio Escenario 2,             | 184 |
| Tabla N°54: Análisis de Costos Modalidad 3,             | 185 |
| Tabla N°55: Fijación de Precio Escenario 3,             | 186 |
| Tabla N°56: Análisis de Costos Modalidad 4,             | 186 |
| Tabla N°57: Fijación de Precio Escenario 4,             | 187 |

### **5. PLAN DE PROMOCIÓN, 189**

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| Tabla N°58: Estrategia de Comunicación 1, | 197 |
| Tabla N°59: Estrategia de Comunicación 2, | 198 |
| Tabla N°60: Estrategia de Comunicación 3, | 198 |

Tabla N°61: Estrategia de Comunicación 4, 199  
Tabla N°62: Estrategia de Comunicación 5, 199  
Tabla N°63: Cotización Anuncios Publicitarios El Comercio, 201  
Tabla N°64: Cotización Anuncios Publicitarios Lideres, 201  
Tabla N°65: Programación Semanal de Medios Publicitarios, 211

## **6. PRESUPUESTO DEL PLAN DE PROMOCIÓN, 212**

Tabla N°66: Costos Servicio Diseño Gráfico FinalArte, 212  
Tabla N°67: Costos de Impresión Piezas Publicitarias Segmento B2B, 213  
Tabla N°68: Costos de Publicación Segmento B2C, 214  
Tabla N°69: Presupuesto de Promoción Alternativa 1, 215  
Tabla N°70: Presupuesto de Promoción Alternativa 2, 215

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

### 1. ANÁLISIS SITUACIONAL, 3

- Gráfico N°1: Producto Interno Bruto Real (PIB), 7
- Gráfico N°2: Inflación Anual 2009 vs 2010,7
- Gráfico N°3: Balanza Comercial, 8
- Gráfico N°4: Desempleo Nacional Urbano, 8
- Gráfico N°5: Subempleo Nacional Urbano, 9
- Gráfico N°6: Demanda Potencial de Capacitación de la PET, 14
- Gráfico N°7: Demanda Potencial de Capacitación de la PET por ciudad y sexo, 15
- Gráfico N°8: Demanda Potencial de Capacitación en el Sector Privado, 15
- Gráfico N°9: Crecimiento Empresarial por Sector, 23
- Gráfico N°10: Organigrama Unidad de Vinculación con la Colectividad FCAC, 31
- Gráfico N°11: Organigrama de la Coordinación de Extensión PUCE, 33

### 2. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO DE CAPACITACIÓN, 39

- Gráfico N°12: Metodología de Investigación de Mercados, 42
- Gráfico N°13: Aspectos Valorados en la PUCE, 62
- Gráfico N°14: Áreas Claves de Capacitación, 63
- Gráfico N°15: Presupuesto General de Capacitación, 71
- Gráfico N°16: Presupuesto Promedio Anual por Persona, 72
- Gráfico N°17: Horas de Capacitación Anual Promedio, 73
- Gráfico N°18: Modalidad de Capacitación, 74
- Gráfico N°19: Diagnóstico de Necesidades, 74
- Gráfico N°20: Aceptación Servicio Diagnostico PUCE, 75
- Gráfico N°21: Medición de Impacto Capacitación, 76
- Gráfico N°22: Medición de Impacto en Programas de Capacitación,76
- Gráfico N°23: Número de Empleados, 77
- Gráfico N°24: Razones y Motivaciones, 90
- Gráfico N°25: Tipo de Curso, 91
- Gráfico N°26: Temáticas de Capacitación, 92
- Gráfico N°27: Atributos Buscados, 93
- Gráfico N°28: Duración de Programa de Capacitación, 94
- Gráfico N°29: Simulación de Demanda, 96
- Gráfico N°30: Nivel de Educación, 97
- Gráfico N°31: Cargo Actual, 97
- Gráfico N°32: Edad, 98

Gráfico N°33: Área Administrativa donde Trabaja Actualmente, 98  
Gráfico N°34: Conocimiento General de Centros de Capacitación, 100  
Gráfico N°35: TOM, 101  
Gráfico N°36: Conocimiento Ayudado, 102  
Gráfico N°37: Conocimiento Ayudado por Cargo, 103  
Gráfico N°38: Curso de Capacitación Recibido Alguna Vez, 105  
Gráfico N°39: Curso de Capacitación Recibido Alguna Vez por Cargo, 106  
Gráfico N°40: Tema de Capacitación Recibido, 108  
Gráfico N°41: Medios de Comunicación Utilizados, 109  
Gráfico N°42: Capacitación Recibida en la PUCE, 110  
Gráfico N°43: Medios de Comunicación para Conocer Programas de la PUCE, 110  
Gráfico N°44: Intención de Capacitación en la PUCE, 111  
Gráfico N°45: Diagnóstico de Desempeño PUCE, 114

### **3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO INTEGRAL, 126**

Gráfico N°46: Ventaja Competitiva PUCE, 132

### **4. PLAN DE MARKETING, 135**

Gráfico N°47: Segmentación de Mercado, 135  
Gráfico N°48: Estructura para la Elaboración de un Slogan, 142  
Gráfico N°49: Análisis Slogan CEC, 143  
Gráfico N°50: Análisis Slogan SECAP, 143  
Gráfico N°51: Análisis Slogan Tecnológico de Monterrey, 144  
Gráfico N°52: Análisis Slogan UNIDEC, 144  
Gráfico N°53: Análisis Slogan CCQ, 145  
Gráfico N°54: Desarrollo del Posicionamiento, 146  
Gráfico N°55: Estrategias de Desarrollo, 147  
Gráfico N°56: Propuesta de Reestructuración del Organigrama Coordinación de Extensión PUCE, 151  
Gráfico N°57: Experiencia del Servicio, 158  
Gráfico N°58: Fases Estratégicas del Producto, 162  
Gráfico N°59: Programación Propuesta Segmento B2B, 163  
Gráfico N°60: Programación Propuesta Segmento B2C, 164

### **5. PLAN DE PROMOCIÓN, 189**

Gráfico N°61: Piezas Publicitarias Desarrolladas, 202

## RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto busca contribuir con el crecimiento y desarrollo del servicio de capacitación que ofrece la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, reconociendo su alta responsabilidad y compromiso social con la comunidad, cuyo fin es motivar a profesionales y estudiantes a desarrollarse dentro de un mercado dinámico, competitivo, en el cual la tecnología y la información juegan un papel determinante en el ámbito laboral.

De esta manera se realiza un análisis integral del servicio de capacitación que concluye con la propuesta de los programas de capacitación para dos segmentos de mercado y el Plan de Promoción para la difusión de los mismos.

El presente documento contempla siete capítulos principales en los cuales se realiza un análisis previo para la formulación final del Plan de Promoción requerido, estos son: Análisis Situacional, Investigación de Mercado, Análisis Estratégico Integral, Plan de Marketing, Plan de Promoción, Presupuesto de Promoción, Conclusiones y Recomendaciones.

El **Primer Capítulo** permite realizar un análisis situacional externo e interno, parte con un análisis de la situación del país para determinar el estado actual del sector de capacitación

dentro del entorno macroeconómico, examinando factores económicos, políticos, sociales, legales, y de manera específica el área laboral por su relación directa con el servicio de capacitación. A continuación se presenta un análisis institucional de la universidad con el fin de conocer los lineamientos que rigen la misma. Se realiza el análisis de Fuerzas Competitivas de Porter para detectar barreras de ingreso en el mercado, y finalmente se realiza un análisis de la Unidad de Vinculación con la Colectividad dentro de la cual se encuentra la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

De manera previa se ha determinado una segmentación del mercado, el segmento B2B dirigido a empresas y el segmento B2C dirigido a individuos, por lo tanto el **Segundo Capítulo** constituye la Investigación de Mercados Integral para dichos segmentos, considerando varias metodologías: cualitativa, cuantitativa y cliente fantasma.

Se utilizó la metodología cualitativa a través de entrevistas internas a varias autoridades de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables como análisis exploratorio previo para determinar las fortalezas y debilidades de la Coordinación de Extensión frente a la competencia. A su vez esta información fue la base para la formulación de los instrumentos de investigación de la fase cuantitativa del Segmento B2C.

Para el Segmento B2C se realizó un proceso de investigación integral en base a la información obtenida en la fase cualitativa, utilizando un muestreo no probabilístico por conveniencia. La investigación contempla razones y motivaciones para adquirir el servicio de capacitación, indicadores de conocimiento y factores determinantes para la selección de institutos de capacitación y aceptación del servicio ofertado por Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

El segmento B2B se analizó en base a fuentes de información secundaria proporcionadas por la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, lo cual permitió conocer la dinámica del mercado y la aceptación ante la oferta del servicio de capacitación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Adicionalmente se analizó la información registrada en los sitios web de los principales competidores del mercado.

Se obtuvo información a través de las páginas webs de la competencia y finalmente se utilizó la técnica de cliente fantasma a fin de evaluar parámetros de servicio, atención y asesoría en la oferta del sector. Todas las técnicas utilizadas permitieron en conjunto realizar la caracterización de la competencia y conocer el desempeño del sector de capacitación.

En el **Tercer Capítulo** se desarrolla el Análisis FODA y se determina las ventajas competitivas que posee la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE frente a la competencia en base a la información obtenida en el primer y segundo capítulos.

El **Cuarto Capítulo** contempla el Plan de Marketing que inicia con la definición del mercado meta, las estrategias de posicionamiento y desarrollo. Luego en la fase operativa se realiza el desarrollo de programas de capacitación para cada segmento de análisis, considerando la información obtenida en la Investigación de Mercado y la oferta actual del mercado; se establece el canal de comercialización a través del marketing directo con el fin de ingresar al mercado y promover el desarrollo de la marca dentro del servicio de capacitación, se propone el precio a través de un análisis de costos, de la competencia y de la disposición de pago; constituyendo así la mezcla de marketing. Este capítulo presenta alternativas enmarcadas en las necesidades del mercado, por lo cual brinda flexibilidad en la toma de decisiones.

Considerando que el Plan de Promoción constituye el objetivo fundamental de la tesis, se desarrolla el mismo en el **Quinto Capítulo** abordando los problemas, estableciendo los objetivos y desarrollando las estrategias de comunicación que permitan la adecuada difusión de los programas de capacitación. Este capítulo constituye el desarrollo de una

campaña publicitaria por lo cual se incluye una fase estratégica en el desarrollo del mensaje publicitario y los medios de comunicación seleccionados; y una fase operativa a través del desarrollo de piezas publicitarias y plan de medios.

En el **Sexto Capítulo** se presenta el presupuesto financiero requerido para ejecutar la Propuesta del Plan de Promoción de los Programas de Capacitación ofertados por la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

Finalmente, el **Séptimo Capítulo** comprende las conclusiones y recomendaciones relevantes para el desarrollo y ejecución del Plan de Promoción para la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, con el fin de cumplir las expectativas y objetivos fijados en esta tesis.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente el desarrollo tecnológico, el intercambio cultural, el crecimiento del comercio electrónico, los cambios sociales, los cambios organizacionales, los factores medio ambientales, económicos y políticos son parte de nuestra cotidianidad. La inestabilidad política y jurídica en el país frena la inversión extranjera, y adicionalmente una serie de reformas tributarias y laborales son una constante dentro del ámbito empresarial.

Considerando estos antecedentes y centrándonos específicamente en el área empresarial es importante mencionar cada vez las compañías buscan reclutar personal joven, capaz de afrontar desafíos tecnológicos, aprender y desarrollar habilidades dentro de una cultura organizacional establecida, por tanto exigen de sus empleados proactividad, capacidad de respuesta, actitud, conocimiento y aptitud.

Por otra parte, el profesional busca estabilidad, crecimiento y una adecuada remuneración. Un buen ambiente de trabajo está constituido por una estructura organizacional horizontal que tenga apertura y permita la innovación y la participación conjunta en la consecución de objetivos, implica además una remuneración adecuada, un paquete de beneficios adicionales a los que exigen la ley, entre ellos la capacitación es fundamental por su connotación de crecimiento personal.

La visión de las empresas se enfoca básicamente en fidelizar a sus clientes externos, sin embargo es importante valorar al cliente interno. Una empresa que desea lograr objetivos a largo plazo analiza de manera integral todos los pilares de la organización, y por tanto busca fidelizar en primer lugar a su cliente interno, brindándole un paquete de beneficios que constituyen el crecimiento tanto personal como profesional del individuo, es por ello

que la capacitación constituye un factor fundamental que debe ser considerado por el área de Talento Humano de toda empresa.

Es en respuesta a esta demanda que la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables pretender ofrecer programas de capacitación dirigidos a individuos y empresas, brindando de esta manera un importante servicio a la sociedad.

## CAPÍTULO I

### 1. ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 1.1. ANÁLISIS DE FACTORES EXTERNOS

Este capítulo pretende comprender la situación actual del país a través de variables económicas, políticas, sociales, laborales y legales; para luego analizar de manera específica el sector de la capacitación y conocer los principales competidores del mercado para finalmente enfocarse en el análisis institucional de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Estos antecedentes inciden de manera directa en la gestión de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

##### 1.1.1. Análisis País

Es importante realizar un análisis general del país de manera previa para comprender el entorno y las variables incontrolables del negocio. A continuación se encuentra un extracto de la prensa que presenta un breve análisis económico del primer semestre del 2010.

“Aunque el Gobierno mantiene su idea de que se cumplirán las metas proyectadas a inicio de año, el cierre del primer semestre en los distintos sectores no da margen para el optimismo.

En el área petrolera, donde se juega una gran parte del presente económico, pese a que los precios del crudo sobrepasan las expectativas estimadas en el Presupuesto, la producción, tanto en las firmas privadas como en las públicas, no avanza al ritmo necesario para cumplir las metas de este año.

Para el presidente Rafael Correa, la postura de las petroleras privadas ha sido la causante de que el sector petrolero en general haya decrecido un 9%.

Según el Central, la economía del país creció 0,33% en el primer trimestre de este año, un valor similar al que se registró en el último trimestre del año pasado. Como contraste, países vecinos como Perú, Uruguay, Chile o Colombia, han registrado tasas de crecimiento en estos primeros meses de entre el 4 y el 9%.

## FISCO

Impuestos, el salvavidas

A nivel macroeconómico, el Régimen ha impulsado toda su artillería en la recaudación de impuestos. La meta que se propuso a inicios del año era recaudar USD 7 300 millones.

Y, según el reporte de avance del Servicio de Rentas Internas (SRI), dado a conocer ayer, durante el primer semestre de este año se recaudaron USD 3.941 millones, es decir, un 14,6% más que lo obtenido en igual período del año pasado, cuando se llegó a USD 3 439 millones.

Con ello, las metas de recaudación se están superando en un 14%, lo que lleva a pensar al director del SRI, Carlos Marx Carrasco, que sí se llegará a cubrir la meta acordada.

Por otro lado, según el ministro de Finanzas, Patricio Rivera, las necesidades de financiamiento requerido para este año, que ascendían a USD 4 124 millones, ya están cubiertas. Eso porque el Estado ha recurrido a la emisión de bonos, que en su mayor parte (USD 1 500 millones) serán comprados por el IESS en este año. Extraoficialmente se conoció que USD 1 000 millones se están negociando con China.

La preocupación surge respecto a la ejecución presupuestaria, ya que las inversiones realizadas hasta el pasado 11 de junio eran solo del 25%.

## ENERGÍA

El petróleo no es suficiente

En términos generales, la producción estatal fiscalizada cayó en cerca del 5% si se compara el primer semestre del 2010 con el mismo período del 2009. El año pasado, la producción llegó a 50,8 millones de barriles, mientras que este año bordeó los 48 millones.

En el caso de las empresas privadas, la caída bordea el 8%, de 37,8 millones de barriles en el 2009 a un poco más de 34 millones en este año.

En cuanto a la cotización del barril ecuatoriano, entre enero y abril se mantuvo en alrededor de los USD 72, mientras que en abril y junio

promedió los USD 69. Estos precios son superiores al proyectado en el Presupuesto del Estado (USD 65,8) y permitió compensar la caída de la producción.

## SISTEMA FINANCIERO

La banca aún sigue boyante

El sistema financiero siguió creciendo en depósitos en este primer semestre del año. La Superintendencia de Bancos reportó hasta el 9 de junio un alza del 7,35%, mientras que la colocación de créditos creció en menor medida (6,30%).

La cartera de consumo fue la que más subió, seguida de la microempresarial. En ambos segmentos, el Banco Central (BCE) dispuso una reducción de las tasas de interés, para lograr la reactivación de la demanda tras un año de crisis.

Pero en el sector productivo, un estudio del BCE reveló que en el primer trimestre más del 70% de empresas encuestadas coincidió en que no es un buen momento para endeudarse y no preveían solicitar préstamos en el segundo trimestre.

Por otro lado, en este primer semestre la banca debió cumplir la regulación estatal de mantener el 45% de sus recursos en el país. Esto significó que la banca repatrió los fondos del exterior para cubrir este porcentaje, conocido como Coeficiente de Liquidez Doméstica.

Según la Asociación de Bancos Privados, eso representó unos USD 700 millones.

Hasta el 9 de junio pasado, la utilidad del sistema ascendió a USD 139,9 millones.

## EMPLEO

Los salarios crecieron 5%

La crisis económica internacional tuvo un impacto menor al previsto en la economía nacional en el primer semestre del 2010, pero las empresas fueron conservadoras en el momento de contratar nuevo personal o aumentar salarios. Roberto Estrada, profesor del IDE Business School, dijo que “el número de contrataciones se mantuvo con una tendencia a la baja” en este período.

Las cifras oficiales sobre el desempleo en el primer semestre se conocerán a mediados de este mes, pero entre diciembre del 2009 y marzo pasado subió del 7,1% al 9,1%.

Las previsiones para el segundo trimestre apuntan a que se mantenga o se reduzca mínimamente, ya que la economía no ha mejorado.

Según el estudio de sueldos y salarios que realiza anualmente la firma Deloitte, en el cual participan unas 330 empresas a escala nacional, los porcentajes de incrementos salariales en el 2010 fueron aproximadamente del 5%, donde las empresas nacionales realizaron un ajuste mayor comparado con las multinacionales. “En este semestre podemos resaltar que el 44% de las empresas han hecho efectivos sus incrementos salariales”.

## EMPRESAS

La actividad privada crece

En lo que se refiere al sector productivo, la economía ha tenido una ligera recuperación frente al 2009.

Los dos sectores que mayor crecimiento han tenido, durante los cuatro primeros meses del año, según el Banco Central, son el de la manufactura y el de la construcción. Alcanzaron el 2,91% y el 0,86% respectivamente.

Según el Ministerio Coordinador de la Política Económica, la industria manufacturera, la pesca y las ventas al por mayor y menor han tenido una reactivación en sus ventas.

Por su parte, la balanza comercial alcanzó un resultado positivo durante los cuatro primeros meses del año. De acuerdo a cifras del Banco Central, el saldo a favor es de USD 166 millones.

La información revela que las exportaciones crecieron un 52%. Uno de los sectores que mayores exportaciones realizaron fue el de las flores. El crecimiento de las ventas, entre enero y abril ambos años comparados, ha sido del 16,9%.

En lo que se refiere a importaciones también hubo un crecimiento. En el primer cuatrimestre del año hubo un crecimiento del 22,7%. Las materias primas fueron las que mayormente se importaron.”<sup>1</sup>

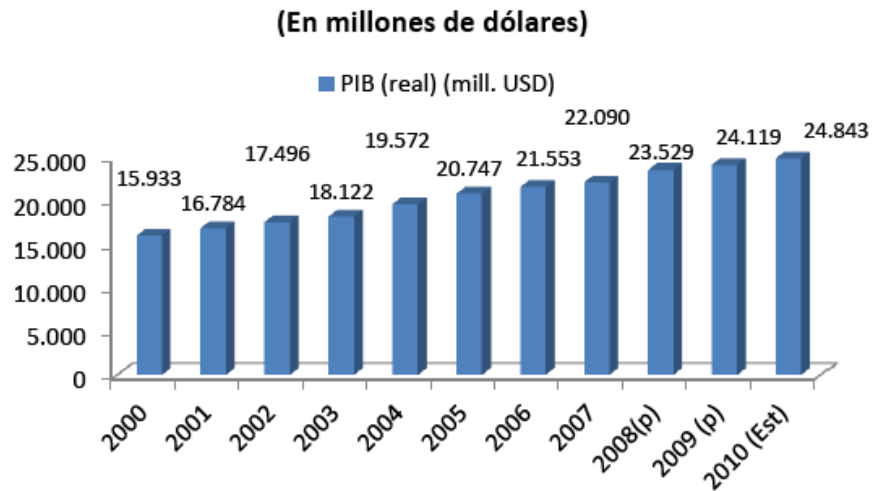
A continuación se presentan las principales cifras económicas de nuestro país durante los últimos meses obtenidas a través de la página web de la Cámara de Comercio de Quito, dentro de la sección Asuntos Económicos, Síntesis

---

<sup>1</sup> EL COMERCIO. (2010). [<http://www.elcomercio.com/2010-07-01/Noticias/Negocios/NoticiaPrincipal/EC100701P6BALANCE.aspx>], **Volatilidad económica en el semestre.**

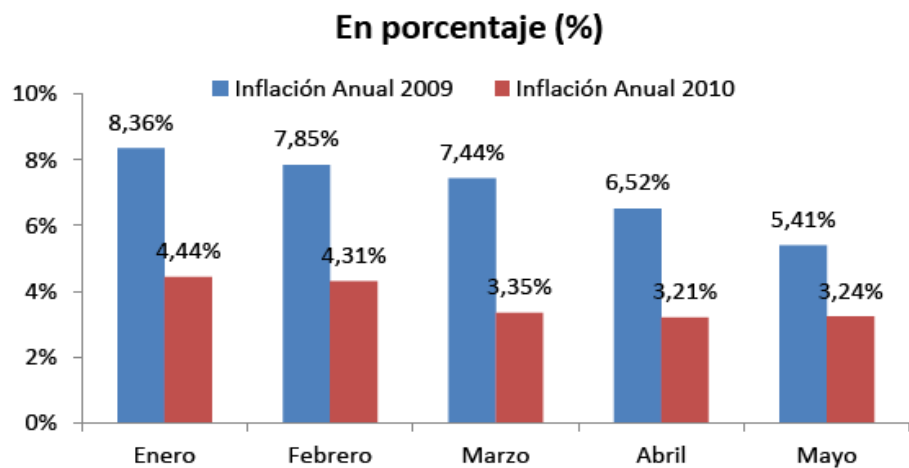
Macro Económica, Corporación Centro de Estudios y Análisis CEA, Junio 2010, Edición N° 31.

**Gráfico N° 1**  
**PRODUCTO INTERNO BRUTO REAL (PIB)**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Observatorio de la Política Fiscal  
**Elaborado por:** Corporación Centro de Estudios y Análisis CEA

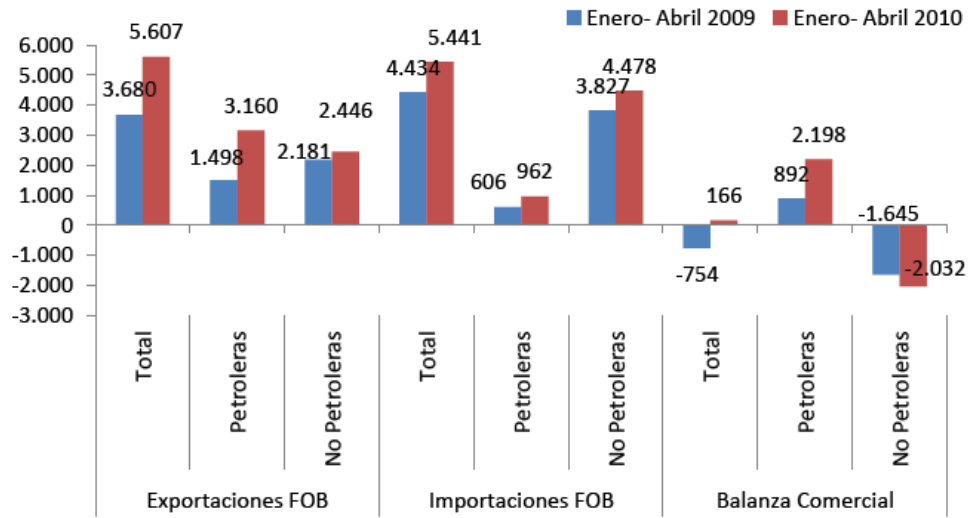
**Gráfico N° 2**  
**INFLACIÓN ANUAL 2009 VS 2010**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Observatorio de la Política Fiscal  
**Elaborado por:** Corporación Centro de Estudios y Análisis CEA

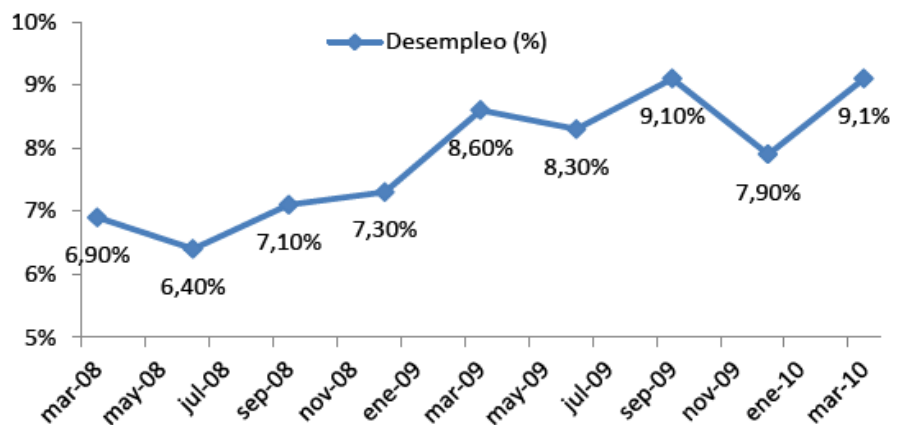
### Gráfico N° 3 BALANZA COMERCIAL

(En millones de dólares)



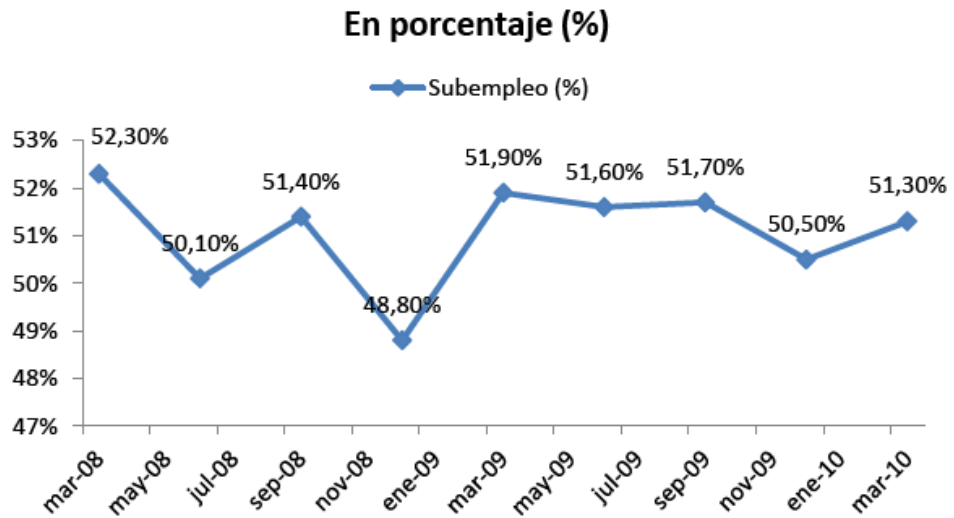
**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Observatorio de la Política Fiscal  
**Elaborado por:** Corporación Centro de Estudios y Análisis CEA

### Gráfico N° 4 DESEMPEÑO NACIONAL URBANO



**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Observatorio de la Política Fiscal  
**Elaborado por:** Corporación Centro de Estudios y Análisis CEA

**Gráfico N° 5  
SUBEMPLEO NACIONAL URBANO**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Observatorio de la Política Fiscal  
**Elaborado por:** Corporación Centro de Estudios y Análisis CEA

Desde el año 2008 una fuerte crisis económica inició en Estados Unidos con consecuencias a nivel mundial. Durante el último año el gobierno actual ha establecido una serie de políticas regulatorias en varios ámbitos: importaciones, área laboral, educativa, fiscal. Es evidente determinar el crecimiento del producto interno bruto en relación al año anterior, la inflación anual decrece al mes de mayo del año en curso, y general la tasa de inflación durante el 2010 es menor en relación al año 2009. La balanza comercial es positiva a nivel total sin embargo es evidente que el petróleo respalda este resultado, ya que los rubros no petroleros tienen un índice negativo. En cuanto a la tasa de desempleo se registra un crecimiento significativo en el último bimestre del año, lo cual puede ocurrir debido a varios factores entre ellos las reformas laborales que si bien es cierto buscan crear estabilidad para el trabajador, también representan mayores desafíos para el empleador.

Dentro del *área educativa* se ha establecido una serie de evaluaciones para el personal docente de instituciones educativas del sector público de primaria y secundaria. En el ámbito de Educación Superior el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de Educación Superior del Ecuador (CONEA) ha realizado un “informe técnico sobre el nivel de desempeño institucional de los establecimientos de educación superior, a fin de garantizar su calidad, propiciando su depuración y mejoramiento” (CONEA, Mandato Constituyente 14: 1) en base a la valoración de: academia, gestión administrativa, investigación, estudiantes y entorno de aprendizaje. Existen tres categorías asignadas de acuerdo a dicho análisis: A, B y C. La PUCE recibió la acreditación en categoría A, es decir que posee las condiciones para que el personal docente se constituya como una comunidad científica y profesional con reconocimiento y legitimidad en su medio.

### **1.1.2. Análisis sector de la Capacitación**

Es importante conocer el contexto actual del sector laboral dentro del país para a su vez ir definiendo estrategias viables para ingresar dentro del sector de la capacitación. Un aspecto determinante es la Población en Edad de Trabajar (PET) y la Población Económicamente Activa (PEA) que se ilustra a continuación:

| <b>Tabla N° 1</b>                       |                        |                        |
|-----------------------------------------|------------------------|------------------------|
| <b>CONDICIONES DE ACTIVIDAD LABORAL</b> |                        |                        |
|                                         | <b>NACIONAL URBANO</b> | <b>NACIONAL SIERRA</b> |
| POBLACIÓN TOTAL                         | 9.370.137              | 3.942.152              |
| Población menor a 10 años               | 1.591.092              | 587.622                |
| Población en Edad de Trabajar (PET)     | 7.779.045              | 3.354.530              |
| Población Económicamente Activa (PEA)   | 4.601.165              | 1.943.336              |
| <i>Ocupados</i>                         | 4.182.798              | 1.820.007              |
| <i>Subempleados</i>                     | 2.362.396              | 934.290                |
| <i>Desocupados</i>                      | 418.367                | 123.328                |
| Población Económicamente Inactiva (PEI) | 3.177.880              | 1.411.194              |

**Fuente:** INEC. Indicadores del Mercado Laboral a marzo 2010.

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

De acuerdo a la información se puede determinar que el PET corresponde al 85% de la población total en la región Sierra, y a su vez el 58% de este porcentaje actualmente está empleado (PEA).

“Existe una política muy generalizada entre las empresas de nuestro país que consiste en otorgar beneficios adicionales a sus trabajadores. Los más recurrentes suelen ser, seguro médico y de vida, transporte, alimentación, uniformes, tarjetas de descuento en compras en supermercados, préstamos en condiciones favorables, becas de estudio, subsidios, entre otros. Estos beneficios tienen un costo y deben ser considerados en el cálculo de la compensación total del empleado. Por lo tanto, aquella persona cuyo salario es de \$240 (el mínimo actual), en realidad tiene un ingreso superior, si le agregamos los valores proporcionales de cada una de estas prestaciones.

Una probable alza de salarios, conllevaría la eliminación o recorte sustancial de estos beneficios, ya que sería la alternativa que le quedaría al sector empresarial, para aminorar costos.

Adicionalmente, debe tomarse en cuenta la permanente inversión que realizan las empresas, buscando que sus colaboradores siempre estén actualizados y de esa forma puedan ejecutar sus tareas con mayor eficiencia.

#### Resultados 2010

Según el estudio de sueldos y salarios que realiza anualmente Deloitte, en el cual participan aproximadamente 330 empresas a nivel nacional, los porcentajes de incrementos salariales en este año, están en aproximadamente el 5%.

En medio de un panorama restrictivo y con mucha incertidumbre, los departamentos de Recursos Humanos de las organizaciones, tienen que comenzar a preparar simulaciones y escenarios, donde se combinen eficientemente criterios tales como: desempeño, situación frente a mercado, inflación, entre otros, antes de determinar la cifra de aumento que le corresponderá al colaborador.

#### El mercado laboral

El crecimiento de las empresas, aún en los escenarios más complicados, no se detiene. Probablemente se reducirá la velocidad del desarrollo, pero el imperativo es continuar. Entonces el mercado laboral tendrá su impacto, abriéndose nuevas plazas de empleo para la población económicamente activa.

La tasa del desempleo es un problema lacerante en la realidad ecuatoriana. Las oportunidades son escasas y no todos pueden ocuparse.

Los requerimientos de las empresas también se vuelven cada vez más exigentes. No es suficiente contar con acreditaciones académicas, sino además mostrar buenas actitudes personales.

De acuerdo a la información proporcionada por la división de selección de ejecutivos de Deloitte, durante el año 2009 y lo que va del presente, las áreas donde se demandan más personal son:

- Operaciones (Supply chain)
- Mercadeo (publicidad, trade, merchandising, comunicación)
- Ventas (cuentas claves, retail)
- Finanzas (costos, presupuestos, controlling, análisis financiero, tesorería)
- Auditoría
- Recursos Humanos

#### Conclusiones

Una reciente encuesta realizada por Deloitte, a los principales ejecutivos del área de Recursos Humanos en el país, recogía una importante frase: “la crisis saca lo mejor de nuestra creatividad y capacidad”.

Es positivo notar que existe esa predisposición y actitud. Los tiempos actuales son complejos, aunque en nuestro país esa es una constante, y la manera de hacer frente a los mismos exige una reinención de las estrategias.

El 2011 será un nuevo desafío. Probablemente aún mayor. Mantener una posición competitiva en el mercado salarial no es sencillo. Hay que profesionalizar y formalizar los sistemas con que se cuentan para el manejo de una política salarial.

En cuanto al mercado laboral, la realidad indica que la demanda por el talento es exigente y la oferta puede resultar escasa para cubrir esos requerimientos. Con mucha seguridad esa es la razón por la cual cada vez es más común que las empresas estén a la “caza” de jóvenes profesionales que tienen mucho potencial, para irlos formando a través de procesos de desarrollo hechos a la medida. Así se aseguran una fuente de renovación continua de su capital humano.

Abrir las puertas para la introducción de cambios en los sistemas aplicados en su organización, puede ser la clave que marque la diferencia para afrontar exitosamente el entorno actual y futuro del país<sup>2</sup>.

La competitividad en el mercado laboral exige un recurso humano altamente capacitado, actualizado y competente para hacer frente a las nuevas tendencias tecnológicas y de negocios.

Es importante analizar todos los elementos que intervienen en el desarrollo del sector de la capacitación en Ecuador, en primera instancia se encuentra las Instituciones de Educación Superior, Institutos Públicos y Privados de Capacitación, los profesionales que requieren este servicio y las empresas que a su vez demanda día a día personal altamente calificado.

A pesar de que el desempleo en nuestro país es una constante, la demanda de personal joven dentro de las empresas es una tendencia por cuanto esto permite la formación de sus empleados en base a parámetros, objetivos y cultura empresariales a través de capacitación a la medida.

---

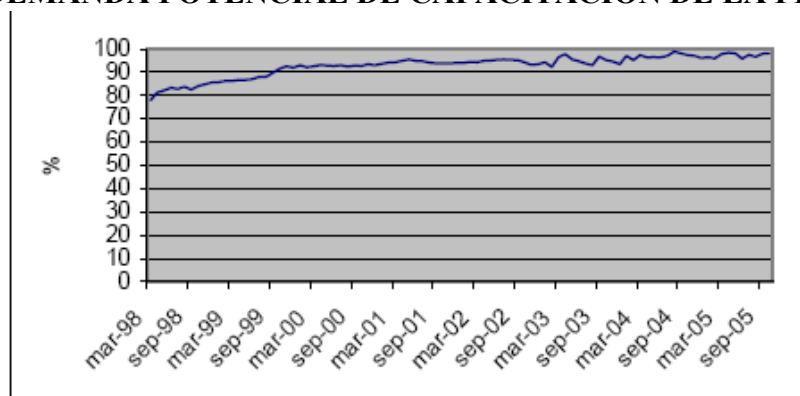
<sup>2</sup> DELOITTE. (2010). [<http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Ecuador/Local%20Assets/Documents/Informativo%20Gerencial/junio%202010.pdf>], **Informativo Gerencial Junio 2010.**

### 1.1.3. Análisis de la Demanda

“Dentro de un esquema de capacitación laboral y formación profesional eficiente, los gremios empresariales y los sindicatos de trabajadores juegan un papel sumamente importante para el establecimiento de políticas y estrategias operativas, lo hacen en mesas de diálogo abiertas, de tal forma que la oferta y la demanda funcionan armoniosamente. Esta no es la realidad ecuatoriana y es por ello que la capacitación laboral y formación profesional no ha podido ser el factor coadyuvante para un desarrollo social efectivo. Es notoria la ausencia de rectoría del Estado, una de cuyas funciones más trascendentes debería ser la de armonizar la demanda con la oferta dentro de los diferentes sectores productivos, a fin de responder a los objetivos estratégicos del desarrollo nacional”<sup>3</sup>

En base a lo mencionado es imprescindible la creación de programas de capacitación que estimulen el desarrollo profesional de las personas y esto en conjunto con las políticas estatales aporten al desarrollo nacional. La demanda potencial de capacitación se refleja en los siguientes gráficos, considerando la población en edad de trabajar (PET) para el análisis.

**Gráfico N° 6**  
**DEMANDA POTENCIAL DE CAPACITACIÓN DE LA PET**



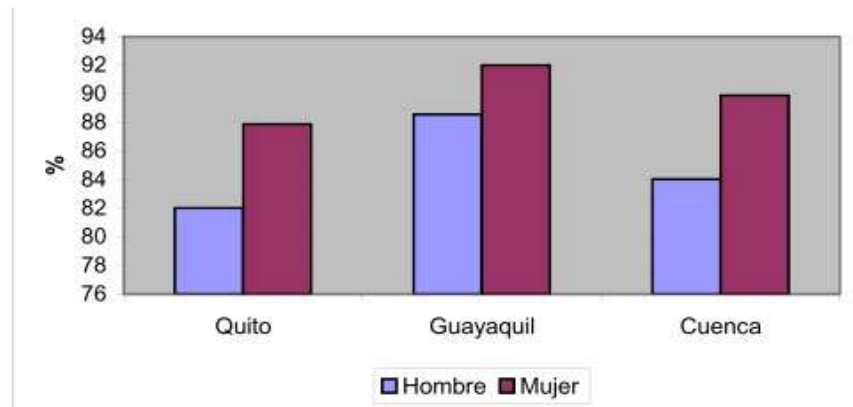
Fuente: BCE – PUCE - FLACSO.- Empleo 1998 – 2005

**Fuente:** Sistema de Información sobre Capacitación Laboral y Formación Profesional

**Elaborado por:** Fernando Vinueza, Observatorio Laboral Ecuatoriano

<sup>3</sup> VINUEZA F. (2007) [<http://www.uasb.edu.ec/indicador/Informe%20Final/Capacitaci%C3%B3n.pdf>], **Sistema de Información sobre Capacitación Laboral y Formación Profesional.**

**Gráfico N° 7**  
**DEMANDA POTENCIAL DE CAPACITACION DE LA PET**  
**POR CIUDAD Y SEXO**

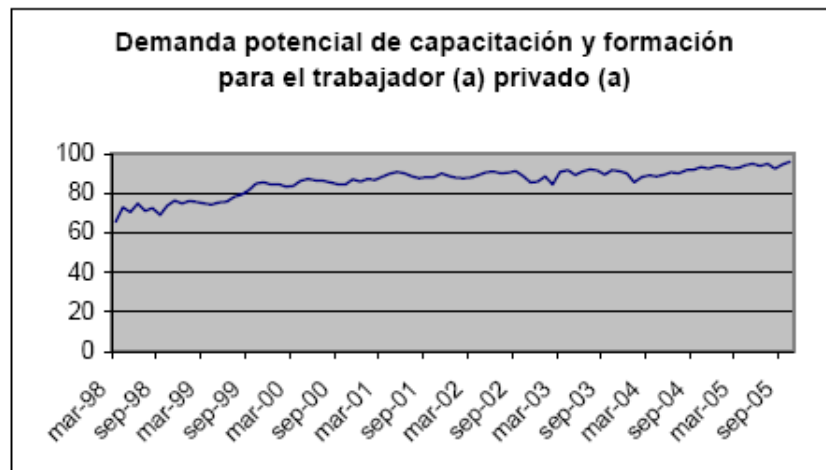


Fuente ECV – 2006

**Fuente:** Sistema de Información sobre Capacitación Laboral y Formación Profesional

**Elaborado por:** Fernando Vinueza, Observatorio Laboral Ecuatoriano

**Gráfico N° 8**  
**DEMANDA POTENCIAL DE CAPACITACIÓN EN EL SECTOR**  
**PRIVADO**



**Fuente:** Sistema de Información sobre Capacitación Laboral y Formación Profesional

**Elaborado por:** Fernando Vinueza, Observatorio Laboral Ecuatoriano

Adicionalmente el mercado nacional cuenta con más de 100 establecimientos dedicados a la capacitación que mueven alrededor de nueve millones de dólares y anualmente se produce un 20% de crecimiento de la industria (LIDERES, 2001:2), sin duda este sector ha ido creciendo en el transcurso de 8 años en el mercado ecuatoriano ofreciendo una serie de alternativas en cuanto a cursos, charlas, seminarios y talleres en base al desarrollo de temas de interés de acuerdo a la empresa o persona que lo solicite.

Todas las firmas, consultoras y centros que se especializan en capacitación empresarial se concentran principalmente en la capital de Ecuador, Quito; ya que es la ubicación geográfica donde se radican la mayoría de transnacionales y oficinas matriz de grandes empresas.

Sin embargo, considerando la gran importancia de la capacitación dentro del mercado empresarial existen muchas empresas que no destinan una parte de su presupuesto a este rubro, por su errónea concepción de que los programas de capacitación son un gasto y no una inversión.

En cuanto a la adquisición individual de estos programas de capacitación, obedece al anhelo de dar valor agregado a la preparación profesional, por la oportunidad de crecimiento dentro de la empresa, ocupar cargos específicos y desarrollar otras habilidades.

Es importante mencionar que actualmente en el país existe el Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional (CNCFP) y el Centro

Ecuatoriano de Formación Empresarial (CEFE) como entidades públicas con autonomía financiera y administrativa que se encargan de la capacitación a los trabajadores ecuatorianos.

## 1.2. ANÁLISIS INSTITUCIONAL DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

**“Filosofía:** Considera misión propia el contribuir, de un modo riguroso y crítico, a la tutela y desarrollo de la dignidad humana y de la herencia cultural, mediante la investigación, la docencia y los diversos servicios ofrecidos a las comunidades locales, nacionales e internacionales.

En dicha misión, asume el deber de prestar particular atención a las dimensiones éticas de todos los campos del saber y del actuar humano, tanto a nivel individual como social. En este marco propugna el respeto a la dignidad y a los derechos de la persona humana, y a sus valores trascendentes, y apoya y promueve la implantación de la justicia en todos los órdenes de la existencia.

Goza de aquella autonomía institucional que le es necesaria para cumplir sus funciones eficazmente.

Garantiza a sus miembros la libertad académica, salvaguardando los derechos de la persona y de la comunidad dentro de las exigencias de la verdad y del bien común.

Dirige su actividad hacia la persona integral, para superar una formación meramente profesionalizante. Por ello trata de formar a sus miembros intelectual y moralmente, para el servicio a la sociedad.

Examina a fondo la realidad con los métodos propios de cada disciplina académica, estableciendo después un diálogo entre las diversas disciplinas que las enriquezca mutuamente. Con ello pretende la integración del saber.

Promueve el compromiso de todos los miembros de la comunidad universitaria para la consecución de los fines institucionales, a través del diálogo y la participación.

### *Como Universidad Católica*

Se inspira en los principios cristianos; propugna la responsabilidad del ser humano ante Dios, el respeto a la dignidad y derechos de la persona humana y a sus valores trascendentales; apoya y promueve la implantación de la justicia en todos los órdenes de la existencia; propicia el diálogo de las diversas disciplinas

con la fe, la reflexión sobre los grandes desafíos morales y religiosos, y la praxis cristiana.

*Como Universidad dirigida por la Compañía de Jesús*

Promueve la implantación y el desarrollo de la pedagogía ignaciana en todas sus actividades académicas.

Visión: En los próximos años, la PUCE, fundamentada en el pensamiento y en las directrices pedagógicas ignacianas, se consolidará como un sistema nacional integrado competitivo y autosostenible, con infraestructura tecnológica de vanguardia.

Será reconocida por su gestión ética en servicio de la comunidad, y por su estructura académica moderna para la formación de profesionales con responsabilidad social.

Será también reconocida por los resultados de la investigación científica desarrollada en sus unidades académicas, por realizar su gestión con el apoyo de un sistema técnico, innovador y efectivo, con procesos eficientes y recursos humanos capacitados y comprometidos con la misión institucional”<sup>4</sup>.

Reseña Histórica de la Coordinación de Extensión de la FCAC-PUCE: “El 1 de Abril de 1998 se aprobaron las Normas para el Funcionamiento de Programas y Cursos de Educación Continua.

La extensión universitaria está constituida por los programas de formación y acción extracurriculares, entre los cuales se encuentran:

La educación continua

La proyección cultural (actos académicos, literarios, artísticos, deportivos, recreativos)

El servicio social (bienestar de maestros, estudiantes, sectores sociales pobres de la comunidad, consultorios gratuitos)

La proyección técnica (asesorías, consultorías, prestación de servicios)

La difusión editorial

La educación continua es una actividad de extensión universitaria que ofrece la PUCE a la sociedad, cuyos objetivos son actualizar, profundizar o renovar conocimientos de profesionales, que, teniendo título universitario, requieren mejorar su desempeño conforme a los avances del conocimiento científico, tecnológico o cultural.

---

<sup>4</sup> PUCE. (2010). [<http://www.puce.edu.ec/index.php?pagina=universidad>], **Filosofía Institucional de la PUCE.**

Esta modalidad de educación está dirigida también a otras personas que sin poseer un título universitario, tienen en cambio vasta experiencia en un área específica del conocimiento que acredita su idoneidad para acceder a esta forma de educación”<sup>5</sup>.

### 1.3. DIAGNÓSTICO DEL SECTOR DE LA CAPACITACIÓN

Es importante considerar la incidencia de los reglamentos, normas y leyes en el ámbito político, social y económico que regulen al sector público y privado y su influencia en el sector de capacitación con el fin de determinar las oportunidades y/o amenazas a las que la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE está expuesta, comprendiendo de esta manera la dinámica del mercado.

De la misma manera es importante dicho análisis para identificar de manera clara a la competencia más relevante del sector de la capacitación, logrando así su caracterización conociendo sus fortalezas y debilidades.

#### 1.3.1. Análisis de Fuerzas Competitivas

##### 1.3.1.1. Poder de Negociación Proveedores

“El análisis del poder de negociación de los proveedores, permite diseñar estrategias destinadas a lograr mejores acuerdos con los proveedores o, en todo caso, estrategias que permitan adquirir o tener un mayor control sobre ellos”<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> PUCE – DGA – COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN Y EDUCACIÓN CONTINUA. (1998). *Normas para el Funcionamiento de Programas y Cursos de Educación Continua*. Ecuador. p. 1-2.

<sup>6</sup> CRECE NEGOCIOS. (2009). [<http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter>], **Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter**.

Una de los factores principales dentro del análisis de la industria de la capacitación es el poder de negociación del instituto con sus proveedores, es indispensable tener personal altamente calificado, en este sentido los docentes de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables tienen importantes ventajas puesto que cuentan con conocimientos teóricos y pedagogía que en complemento con su experiencia laboral permiten impartir conocimientos aplicables a todo tipo de negocio; considerando que los programas de capacitación están dirigidos al segmento B2C y B2C.

Adicionalmente es necesario considerar la implementación de un sistema de incentivos a fin de captar la atención y colaboración de los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables en el desarrollo de programas de capacitación.

| <b>Tabla N° 2</b>                   |                          |
|-------------------------------------|--------------------------|
| <b>PERSONAL DOCENTE FCAC - PUCE</b> |                          |
| <b>ÁREA</b>                         | <b>DOCENTES POR ÁREA</b> |
| ADMINISTRACIÓN                      | 30                       |
| APLICACIONES INFORMÁTICAS           | 2                        |
| CONTABILIDAD Y AUDITORIA            | 21                       |
| DERECHO                             | 10                       |
| ECONOMÍA                            | 11                       |
| FINANZAS                            | 20                       |
| HUMANÍSTICA                         | 3                        |
| MARKETING                           | 14                       |
| MÉTODOS CUANTITATIVOS               | 12                       |
| PRODUCTIVIDAD                       | 14                       |
| <b>Total Docentes</b>               | <b>137</b>               |

**Fuente:** Nómina de Docentes Secretaria FCAC

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

### 1.3.1.2. Poder de Negociación de Compradores

Es importante considerar el perfil del cliente del segmento B2B, es decir empresas que buscan la capacitación de sus empleados a través de instituciones especializadas en formación profesional. Al momento de elegir buscan:

**Metodología adecuada:** Docentes cuya formación profesional sea en Administración y materias afines, experiencia laboral y Pedagogía.

**Precio y financiamiento:** Un factor determinante para las empresas es el precio que ofrecen los centros de capacitación y el financiamiento que este le puede brindar. Actualmente el Estado ofrece financiamiento mediante la Corporación Nacional de Capacitación y Formación Profesional, es importante considerar la inserción de la Coordinación de Extensión de la PUCE a este órgano regulador.

**Relación precio / calidad:** Para las empresas es importante el número de horas que se dedique a un curso de capacitación y el valor que este pueda brindar a sus empleados en el ámbito laboral considerando el precio del mismo.

**Aval del centro de capacitación:** Los empresarios toman en consideración el nombre, trayectoria y prestigio del proveedor que capacita a sus empleados.

En relación al segmento B2C, es decir clientes independientes, consideramos que los aspectos que determinan la elección de un centro de capacitación son:

**Temas de interés:** Requieren un temario amplio que se adapte a sus necesidades.

**Horario:** Requieren un horario que no interrumpa las actividades laborales previstas.

**Precio / calidad:** Buscan que el precio pagado por un seminario, curso o taller se justifique en el valor y beneficios recibidos.

**Financiamiento:** Es importante contar con facilidades de pago.

**Aval del centro de capacitación:** Toman en consideración el nombre, trayectoria y prestigio del centro de capacitación.

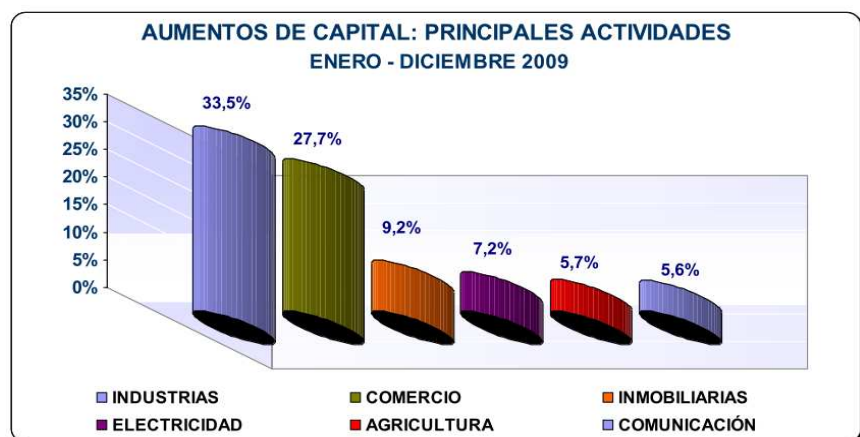
**Intereses psicológicos y personales:** Buscan superación personal y profesional a través de cursos de capacitación que les permite ser competitivos en el ámbito laboral.

Realizando un análisis general de las compañías con crecimiento económico durante el 2009 se destacan los sectores industrial, de comercio e inmobiliario, por lo cual se puede suponer que este tipo de empresas asigna un porcentaje adecuado a la capacitación de sus empleados.

No es fácil acceder a información sobre las compañías con mayor inversión en capacitación de su personal, sin embargo es importante analizar los sectores económicos de mayor crecimiento a nivel nacional.

“Los aumentos de capital ascienden a US\$ 789.1 millones. El mayor monto de aumentos de capital se registra a través de las Intendencias de Quito 40.3%, Guayaquil 38.8% y Cuenca 8.3%, las que conjuntamente significan 87.4% del total”.<sup>7</sup>

**Gráfico N° 9**  
**CRECIMIENTO EMPRESARIAL POR SECTOR**



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** Superintendencia de Compañías

<sup>7</sup> SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. (2009). [[http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Estudios/Inversion%20Societario/INVERSION\\_SOCIETARIA\\_2009.pdf](http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Estudios/Inversion%20Societario/INVERSION_SOCIETARIA_2009.pdf)], **Análisis de la Inversión Societaria período 2008 – 2009.**

La Superintendencia de Compañías realiza un Ranking de las 20 compañías con los montos de inversión más altos.

**Tabla N° 3**  
**RANKING EMPRESARIAL POR MONTO DE INVERSIÓN**

| RANK. | RAZÓN SOCIAL                                   | MONTO (US\$) | SECTOR                     | OBJETIVO DE LA INVERSIÓN                                               |
|-------|------------------------------------------------|--------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 1     | CORPORACION ELECTRICA DEL ECUADOR CELEC S.A.   | 846.850.080  | ELECTRICIDAD               | FUSIÓN DE CINCO COMPAÑÍAS DE GENERACIÓN Y UNA DE TRANSMISIÓN ELÉCTRICA |
| 2     | CNEL CORPORACION NACIONAL DE ELECTRICIDAD S.A. | 108.280.567  | ELECTRICIDAD               | FUSIÓN DE DIEZ EMPRESAS DE DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA                      |
| 3     | PROCESADORA NACIONAL DE ALIMENTOS C.A. PRONACA | 32.136.500   | INDUSTRIA                  | RENOVACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPOS E INSTALACIONES DE INFRAESTRUCTURA  |
| 4     | UNION DE BANANEROS ECUATORIANOS SA UBESA       | 20.000.000   | COMERCIO                   | FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA                               |
| 5     | LUBRICANTES Y TAMBORES DEL ECUADOR CA          | 17.464.640   | COMERCIO                   | POTENCIAMIENTO DEL CAPITAL SOCIAL                                      |
| 6     | ETICA EMPRESA TURISTICA INTERNACIONAL CA       | 13.840.000   | TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO | FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA                               |
| 7     | NOVACERO S.A.                                  | 13.600.000   | INDUSTRIA                  | INFRAESTRUCTURA DE PRODUCCIÓN                                          |
| 8     | EMPRESA ELECTRICA REGIONAL CENTRO SUR CA       | 13.508.209   | ELECTRICIDAD               | AMPLIACIÓN DE REDES Y DISTRIBUCIÓN ELÉCTRICA                           |
| 9     | CONTECON GUAYAQUIL S.A.                        | 12.750.000   | INMOBILIARIA, EMPRESARIAL  | AMPLIACIÓN Y REMODELACIÓN DE SU INFRAESTRUCTURA PORTUARIA              |
| 10    | PLASTICOS DEL LITORAL PLASTLIT S.A.            | 12.200.000   | INDUSTRIA                  | FORTALECIMIENTO PATRIMONIAL Y FINANCIERO                               |

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** Superintendencia de Compañías

### 1.3.1.3. Productos Sustitutos

Es importante considerar la oferta del mercado en cuanto a programas de capacitación, y a su vez los segmentos de análisis B2C y B2B.

En el caso del segmento B2C existe gran cantidad de institutos particulares que ofrecen programas de capacitación a precios atractivos.

En el caso del segmento B2B es importante considerar que las empresas grandes como las multinacionales ofrecen una atractiva cartera de beneficios a sus empleados, y podrían seleccionar a un grupo de personal a fin de capacitarlo en el extranjero de tal manera que a su regreso sean los capacitadores del resto de personal.

Adicionalmente podría surgir en el mercado nuevas metodologías para brindar capacitación a través de sistemas virtuales, ideales para aquellas personas con tiempo limitado e intereses en temas específicos.

#### 1.3.1.4. Amenazas de Nuevos Ingresantes

Actualmente las universidades están ampliando su cartera de servicios, y su oferta cada vez se enfoca más en atender a clientes en búsqueda constante de capacitación.

Entre las barreras de entrada para ingresar al mercado se encuentra:

- El posicionamiento adquirido por otros institutos de capacitación con gran trayectoria en el mercado, entre los cuales se encuentran empresas privadas, públicas e instituciones educativas.

- Otra barrera es la capacitación que brindan internamente las empresas a su personal, en especial las empresas multinacionales.
- Otra alternativa es que las empresas pagan seminarios sobre temas específicos con duración de 1 a 3 días con expositores internacionales.

Por tal motivo es importante que la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables sea capaz de administrar eficazmente las siguientes variables:

- **Valor de la marca:** una importante ventaja competitiva es el respaldo de la marca PUCE. “Una marca realmente ha desarrollado valor cuando posee una connotación clara, única y sobre todo asociada a elementos intrínsecos, es decir relativos a la naturaleza del producto” (RICOVERI MARKETING, 2010: <http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id28.html>)

En tal virtud será indispensable aprovechar la marca PUCE para competir en el mercado actual.

Adicionalmente la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables posee la Certificación de Calidad ISO 9001-2000 en

Gestión por Procesos, lo cual avala la gestión y el mejoramiento continuo de la misma.

- **Acceso a canales de distribución:** otra ventaja importante es la ubicación geográfica de la PUCE, puesto que se encuentra en un lugar central de la ciudad de Quito, lo cual permite facilidad para la prestación del servicio de programas de capacitación.
- **Mejora en tecnologías:** actualmente la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables cuenta con auditorios y aulas audiovisuales de última tecnología que permiten brindar un servicio moderno acorde a la dinámica actual del mercado.

#### 1.3.1.5. Rivalidad entre los Competidores Actuales

“El análisis de la rivalidad entre competidores permite comparar las estrategias o ventajas competitivas con las de otras empresas rivales y, de ese modo, saber, por ejemplo, si la Coordinación de Extensión debe mejorar o rediseñar las estrategias”.<sup>8</sup>

La industria de la capacitación crece, y actualmente existe gran cantidad de empresas que brindan este servicio por lo que es indispensable adoptar estrategias que permitan la diferenciación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables frente a la competencia.

---

<sup>8</sup> CRECE NEGOCIOS. (2009). [<http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter>], **Modelo de las cinco fuerzas de Porter.**

Perfilando de manera inicial a los principales competidores se encuentran:

- SECAP, Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional
- CEC, Centro de Educación Continua de la Escuela Politécnica Nacional
- Cámara de Comercio de Quito, CCQ
- Fundación Cicerón de la Universidad San Francisco de Quito
- Tecnológico de Monterrey Sede en Quito- Ecuador
- Auditoras Extranjeras: Price WaterHouse Coopers, Deloitte & Touch

### **1.3.2. Mercado Referencia**

El mercado de referencia es el sector de servicios, dentro del cual se encuentra el sector de la capacitación.

Las empresas de capacitación se encuentran dentro del siguiente grupo de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU, utilizada por la Superintendencia de Compañías:

| <b>Tabla N° 4</b><br><b>CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME</b><br><b>CIIU EMPRESAS DE CAPACITACIÓN</b> |                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>K</b>                                                                                                            | ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER.                                          |
| <b>K749</b>                                                                                                         | ACTIVIDADES EMPRESARIALES N.C.P.                                                                 |
| <b>K7499.0</b>                                                                                                      | OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES.                                                                 |
| <b>K7499.0.07</b>                                                                                                   | <i>ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO: ORGANIZACIÓN DE SEMINARIOS, CURSOS, EVENTOS DE CAPACITACIÓN</i> |

**Fuente:** Superintendencia de Compañías. Ranking Empresarial 2008

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Dentro de la categoría K7499.0.07, se encuentran empresas que ofrecen servicios de capacitación y que pueden encontrarse afiliadas a la Corporación Nacional de Capacitación y Formación Profesional, CNCF. A continuación se presenta un Ranking Empresarial al 2008 elaborado por la Superintendencia de Compañías.

**Tabla N° 5**  
**PRINCIPALES VARIABLES ECONÓMICO - FINANCIERAS DE LAS 1000 COMPAÑÍAS MÁS IMPORTANTES PICHINCHA**

| <b>SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA CIU REV. 3</b>                         | <b>Número de Compañías</b> | <b>ACTIVO</b>         | <b>PASIVO</b>         | <b>PATRIMONIO</b>    | <b>CAPITAL SUSCRITO</b> | <b>INGRESOS</b>       | <b>EXPORTACIONES</b> | <b>UTILIDAD PÉRDIDA</b> |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|-------------------------|-----------------------|----------------------|-------------------------|
| AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y SILVICULTURA                             | 13                         | 205.601.954           | 134.544.665           | 71.057.289           | 13.858.617              | 274.049.828           | 138.267.545          | 12.513.010              |
| EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS.                                        | 40                         | 5.697.412.090         | 3.871.640.130         | 1.825.771.960        | 73.507.282              | 4.329.876.191         | 2.832.796.958        | 1.271.693.143           |
| INDUSTRIAS MANUFACTURERAS.                                              | 107                        | 4.034.188.069         | 2.524.818.877         | 1.509.369.192        | 889.436.919             | 6.487.836.415         | 930.531.502          | 470.825.920             |
| SUMINISTROS DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA.                                | 8                          | 895.053.406           | 440.539.465           | 454.513.941          | 137.379.540             | 459.001.219           | 13.773.885           | 51.784.110              |
| CONSTRUCCIÓN.                                                           | 20                         | 1.317.241.893         | 1.033.287.860         | 283.954.033          | 69.972.270              | 534.044.856           | 4.479.372            | 45.528.337              |
| COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR                                    | 166                        | 3.769.412.156         | 2.215.396.428         | 1.554.015.729        | 885.971.099             | 8.316.129.848         | 66.105.573           | 458.554.872             |
| HOTELES Y RESTAURANTES                                                  | 6                          | 134.494.403           | 90.214.196            | 44.280.207           | 26.618.000              | 163.652.116           | 9.894                | 4.609.154               |
| TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES.                            | 29                         | 3.661.800.472         | 2.335.266.719         | 1.326.533.753        | 567.539.403             | 2.069.027.009         | 172.824.524          | 183.756.048             |
| INTERMEDIACIÓN FINANCIERA.                                              | 7                          | 1.231.283.208         | 430.795.986           | 800.487.222          | 698.109.550             | 317.726.848           | 0                    | 247.990.590             |
| ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER.                 | 43                         | 1.130.792.392         | 618.200.683           | 512.591.709          | 180.763.677             | 897.764.035           | 43.559.764           | 166.494.598             |
| ACTIVIDADES DE SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD.                           | 7                          | 95.081.182            | 43.702.057            | 51.379.125           | 40.071.044              | 216.799.708           | 0                    | 12.869.991              |
| OTRAS ACTIVIDADES COMUNITARIAS SOCIALES Y PERSONALES DE TIPO SERVICIOS. | 5                          | 83.395.296            | 33.024.398            | 50.370.897           | 35.371.135              | 88.331.294            | 736.760              | 3.617.430               |
| <b>TOTAL SECTORES DE ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>                            | <b>451</b>                 | <b>22.255.756.522</b> | <b>13.771.431.464</b> | <b>8.484.325.058</b> | <b>3.618.598.535</b>    | <b>24.154.239.368</b> | <b>4.203.085.779</b> | <b>2.930.237.203</b>    |

**Fuente:** Superintendencia de Compañías. Ranking Empresarial 2008

**Elaborado por:** Estudios Económicos Societarios Superintendencia de Compañías

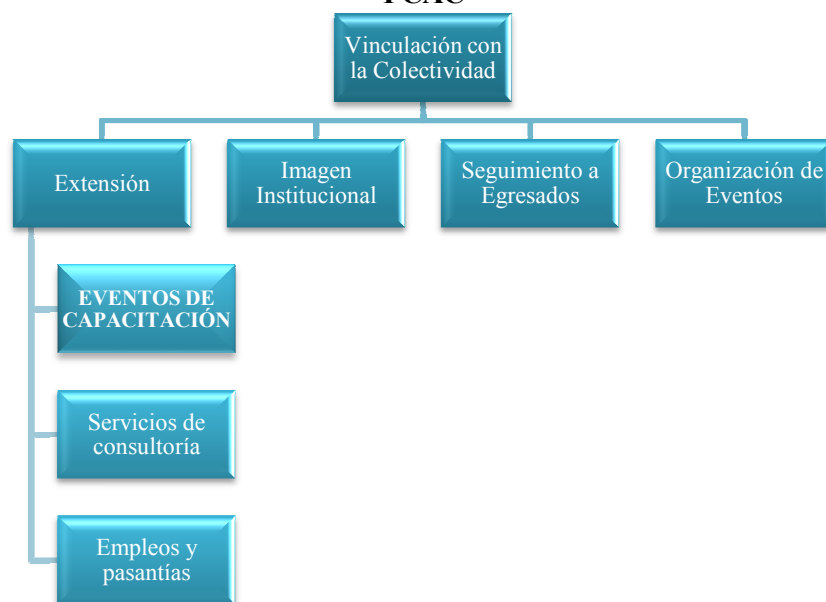
## 1.4. UNIDAD DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD

### 1.4.1. Antecedentes

La Unidad de Vinculación con la Colectividad constituye una de las cinco unidades que contempla el Organigrama de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. (Ver Anexo 1).

De acuerdo al Manual Orgánico Funcional del Sistema de Gestión de Calidad, Tercera Edición La Unidad de Vinculación con la Colectividad es la encargada de proyectar a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables mediante proyectos y actividades con instituciones externas comprometiéndose con las necesidades de la sociedad.

**Gráfico N° 10**  
**ORGANIGRAMA UNIDAD DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD**  
**FCAC**



**Fuente:** Unidad de Vinculación con la Colectividad FCAC - PUCE  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

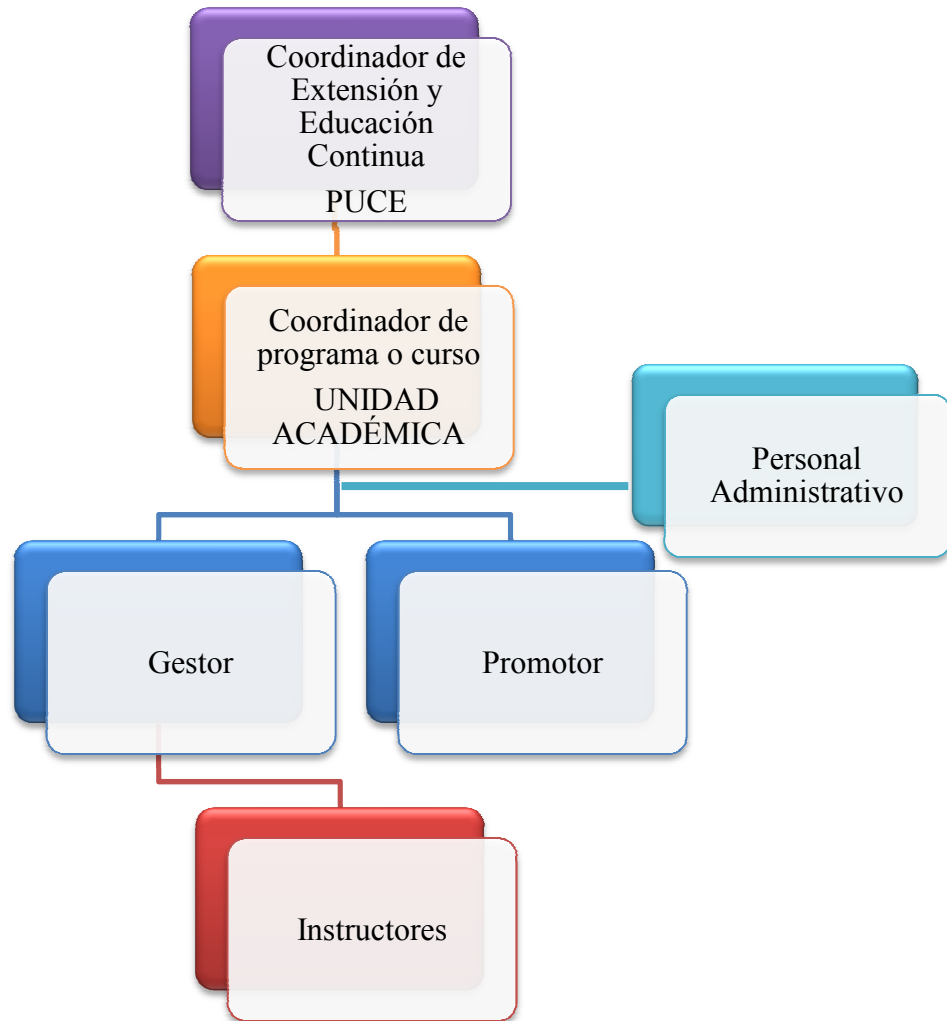
Durante los doce últimos años la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE ha venido ofreciendo el servicio de formación profesional mediante proyectos y actividades con instituciones externas comprometándose con las necesidades de la comunidad.

Sin embargo, a pesar del amplio portafolio de productos que ofrece en cada una de sus áreas la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administración y Contabilidad de la PUCE, no ha obtenido un posicionamiento consolidado en comparación a su competencia.

#### **1.4.2. Organización**

Es importante considerar la organización establecida por la Dirección General Académica para la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, cuyo objetivo es desarrollar los programas de capacitación de acuerdo a la necesidad de la comunidad a través de la gestión conjunta de varias personas que según las normas para el funcionamiento de programas y cursos de educación continua se encuentra estructurado de la siguiente manera.

**Gráfico N° 11**  
**ORGANIGRAMA DE LA COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN PUCE**



**Fuente:** Normas Funcionamiento de la Coordinación de Extensión, DGA PUCE.  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

- **Coordinador de Extensión y Educación Continua:** Funcionario de la Dirección General Académica encargado de la coordinación general de todos los eventos y programas de educación continua que se desarrollen en la PUCE.

- **Coordinador de Programa o Curso:** Docente que, de acuerdo con el área propuesta en un curso o programa de educación continua, es asignado por el decano o director de la unidad para coordinar la realización del evento, y se encarga de su organización detallada, de la logística, control de asistencia del instructor y de los participantes, aplicación de evaluaciones sobre localidad del evento y solución de problemas. El Coordinador del Curso se mantendrá en comunicación constante con la Dirección General Académica, y es el responsable de presentar a la misma la propuesta formal sobre el curso y presentar un informe final de gastos efectuados para la respectiva liquidación.
- **Gestor:** Docente, funcionario o persona particular que presenta a la PUCE propuesta formal y concreta sobre un programa puntual de extensión o de educación continua, en el que se define el área, la modalidad del curso, el número de participantes y los costos. Estos programas, por la seguridad de poder realizarlos bajo condiciones preestablecidas, no requieren publicitarse. Tendrá derecho a remuneración. El gestor puede actuar como instructor del curso.
- **Promotor:** Persona designada por la unidad académica para que se encargue de la difusión y promoción del evento a través de contactos personales, envío de folletos promocionales, etc. Su inclusión excusará a la facultad de publicaciones de prensa. Se pueden incluir los servicios de un promotor cuando la naturaleza del curso lo justifique.

- **Instructores:** Son aquellas que asumen en un curso de extensión o educación continua el trabajo docente, de acuerdo con la modalidad establecida para el curso, la selección se realizará dando prioridad a los docentes de la PUCE, sin embargo si el caso amerita se contratará a instructores externos<sup>9</sup>.

Indiscutiblemente las Normas para el Funcionamiento de Programas y Cursos de Educación Continua emitidas por la Dirección General Académica de la PUCE contemplan un análisis bastante general sobre las funciones de cada cargo establecido en dicha estructura orgánica, sin embargo es importante comprender que las condiciones del mercado en aquel entonces eran otras, razón por la cual no se realiza un especial énfasis en la promoción de los programas de capacitación y la organización básicamente responde al desarrollo de requerimientos puntuales sobre ciertos temas, es importante considerar una reestructuración de estas funciones realizando especial énfasis en la creación de una cartera amplia de programas de capacitación y su correcta difusión mediante el respaldo de una correcta estructura organizacional.

### 1.4.3. Funciones

“Las funciones de la Coordinación de Extensión son:

- a) Crear espacios de capacitación, actualización y discusión que contemplen los avances de los conocimientos y desarrollo de tecnologías.
- b) Propiciar el desarrollo de Proyectos de consultoría y asesoría que respondan a demandas específicas.

---

<sup>9</sup> Cfr. PUCE – DGA – COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN Y EDUCACIÓN CONTINUA. (1998). *Normas para el Funcionamiento de Programas y Cursos de Educación Continua*. Ecuador. p. 1-2.

- c) Fomentar y afianzar la relación de la Universidad con otros centros de altos estudios del país y del exterior en el desarrollo de Proyectos y Actividades de Extensión.
- d) Promover el desarrollo de Actividades de Extensión autofinanciados.
- e) Gestionar actividades de pasantía y aprendizaje que respondan a necesidades de la sociedad, con perspectiva de desarrollo intra e interinstitucional, con especial énfasis en la participación de estudiantes en los mismos.
- f) Desarrollar actividades de transferencia tecnológica y consultoría a instituciones gubernamentales y empresariales.
- g) Dar a conocer a la comunidad el quehacer de la Facultad, mediante diversos medios de difusión en forma coordinada con la PUCE.
- h) Vincular a los egresados a la Facultad”.<sup>10</sup>

Al analizar las funciones referentes a la Coordinación de Extensión contempladas en el Manual Orgánico Funcional de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables el presente proyecto fortalecerá de manera significativa el cumplimiento de las mismas, de manera directa permitirá la difusión del quehacer universitario estipulado en el literal g, y de manera indirecta la comunicación publicitaria permitirá la creación de espacios de actualización tanto para personas naturales, empresas y egresados de la Facultad. La adecuada implementación de un Plan de Promoción abrirá las puertas a la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables tanto el segmento B2B así como en el segmento B2C, logrando colocar el nombre de la PUCE dentro del sector de la capacitación.

---

<sup>10</sup> FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES PUCE. (2008). *Manual Orgánico Funcional*. Ecuador: FCAC. p. 10.

#### **1.4.4. Proceso**

Es importante mencionar que la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables cuenta con una Certificación de Gestión de Calidad ISO 9001 – 2000 otorgada por el ICONTEC.

Existe un procedimiento específico, P03-01A, Eventos de capacitación, Tercera Edición para la Coordinación de Extensión cuyo propósito es satisfacer las necesidades de capacitación para organizaciones y personas externas a la Facultad o pertenecientes a la misma, consta de 23 documentos y 39 registros, con alrededor de 35 actividades. Se consideran 6 indicadores de gestión.

El Procedimiento y el Diagrama de Flujo se detallan en el Anexo 2 y 3 respectivamente. En general el proceso actual funciona correctamente, sin embargo en la cuarta página del Anexo 3 correspondiente al Diagrama de Flujo después de la actividad “Verifica que el curso cumpla con los requisitos establecidos” se describe la siguiente “Envía propuesta a la DGA para su aprobación por parte de la Dirección de Relaciones Internacionales y Extensión”, ante esto se sugiere presentar los programas de capacitación a la DGA en período anual para su aprobación.

En base a lo expuesto es importante analizar los siguientes aspectos:

Actualmente se contemplan seis indicadores dentro del procedimiento, considerando la propuesta de un Plan de Promoción sería importante la creación de un séptimo indicador que evalúe el nivel de ingresos en base al nivel de promoción realizada.

Finalmente es importante difundir los servicios y beneficios que ofrece la Coordinación de Extensión de manera conjunta con la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

## CAPÍTULO II

### 2. INVESTIGACIÓN DEL MERCADO DE CAPACITACIÓN

#### 2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Es imprescindible aplicar un Sistema de Investigación de Mercados que permita conocer las razones, motivaciones y percepciones de las personas que requieren cursos de capacitación; así como las principales instituciones que son consideradas para tomar un curso de capacitación. A continuación se desarrolla paso a paso el proceso de investigación utilizado.

“La primera etapa de cualquier proyecto de investigación de mercados es la definición del problema. Para ello, el Investigador debe considerar la finalidad del estudio, la información básica, la información que le hace falta y como utilizarán el estudio quien toman las decisiones”<sup>11</sup>

En este caso el problema de investigación consiste en determinar las principales instituciones que ofrecen cursos de capacitación así como las razones que motivan a las personas a tomar un curso de capacitación y finalmente comprender los temas de interés de los clientes.

##### 2.1.1. Objetivos de la Investigación

Es indispensable definir los objetivos de la investigación, es decir “metas que la organización y quien toma las decisiones deben considerar para

---

<sup>11</sup> N. MALHOTRA. (2004). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Education. p. 9-10.

realizar exitosamente una investigación de mercados” (MALHOTRA, 2004: 41).

- Determinar las razones y motivaciones para contratar un curso de capacitación.

“La conducta de compra es un componente central del contexto. En todas las decisiones de marketing, el problema puede remontarse al pronóstico de la respuesta que darán los compradores a ciertas acciones del vendedor. Comprender las razones de la conducta de compra puede arrojar apreciaciones valiosas sobre un problema”<sup>12</sup>

- Definir los atributos buscados para elegir un instituto que ofrece cursos de capacitación.
- Determinar los temas que generan interés en los clientes que acceden a un curso de capacitación.
- Determinar el tamaño del mercado y los principales competidores de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.
- Caracterizar a la competencia conociendo el pensum, servicio, infraestructura, precios, determinando de esta manera los factores clave de éxito.

---

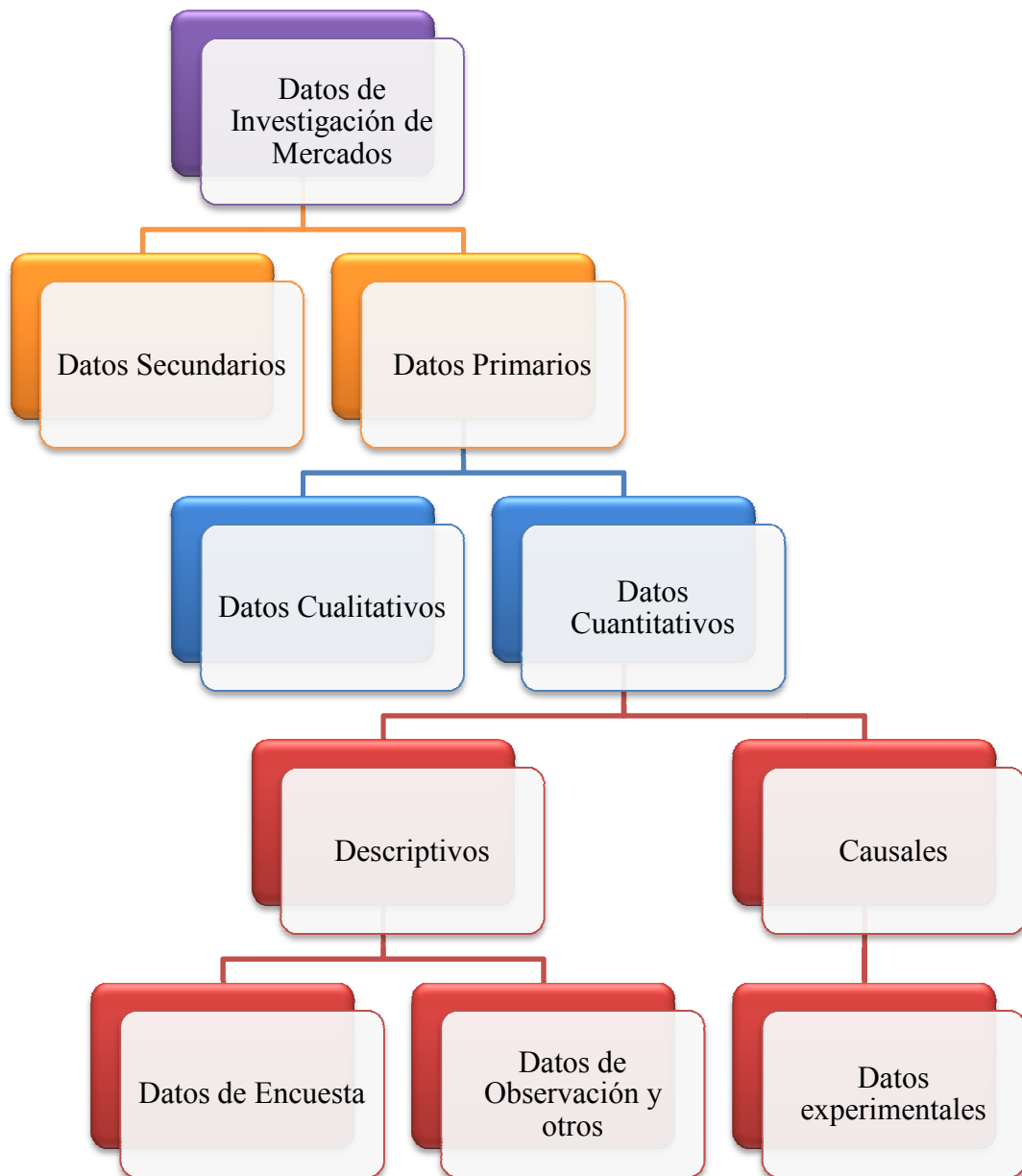
<sup>12</sup> N. MALHOTRA. (2004). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Education. p. 41

- Determinar el tipo de segmentación utilizada por las instituciones de capacitación, determinando si su servicio es B2B (dirigido a empresas) o B2C (consumidor) o ambos.
- Determinar las fortalezas y debilidades de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, a fin de definir su posicionamiento actual.
- Definir el perfil del cliente que accede a un curso de capacitación, a través de diferentes variables como nivel de instrucción, cargo actual y disposición de pago.

## 2.2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Existen distintas metodologías de investigación para lo cual es importante determinar de manera previa las fuentes de información. El siguiente gráfico explica claramente lo mencionado.

**Gráfico N° 12**  
**METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**



**Fuente:** Naresh Malhotra, Investigación de Mercado  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

A fin de cumplir con los objetivos planteados se ha utilizado información de fuentes secundarias y primarias:

### **2.2.1. Fuentes Secundarias**

Páginas web y material impreso recolectado a través de visitas realizadas a los principales institutos de capacitación que permiten caracterizar la competencia.

Informe de capacitación proporcionado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE que revela las expectativas de capacitación del segmento B2B y las temáticas actualmente requeridas por las empresas; realizado en febrero del 2010 por Marketing Advice.

### **2.2.2. Fuentes Primarias**

Entrevistas realizadas a autoridades y docentes involucrados en la gestión del Área de Extensión de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

Investigación de mercado en el segmento B2C que permite revelar el perfil del cliente, las expectativas y temáticas requeridas en el mercado.

Cliente Fantasma metodología que permite determinar las fortalezas y debilidades de la competencia.

## 2.3. INVESTIGACIÓN DE FUENTES SECUNDARIAS

### 2.3.1. Información obtenida a través de páginas web

A continuación se presenta una síntesis general de las instituciones que ofrecen servicios de capacitación dentro de la ciudad de Quito en base a información obtenida en sus páginas web y material impreso proporcionado por las mismas.

#### 2.3.1.1. SECAP (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional)



Es una Institución de Formación Profesional para el Trabajo, con personería jurídica de derecho público, ya que está adscrita al Ministerio de Trabajo; por lo que cuenta con autonomía administrativa y financiera.

Fue creada el 3 de octubre de 1966, por Decreto 1207, con el fin de formar, capacitar, perfeccionar, certificar y titular a la población económicamente activa del país o en capacidad de integrarse a la misma, para lograr un buen desempeño laboral en la sociedad.

Los programas de capacitación del SECAP están orientados al desarrollo de habilidades y destrezas concretas aplicados a un ámbito técnico y/u operativo.

El SECAP cuenta con treinta y tres centros operativos a nivel nacional, cuatro están localizados en Quito, los cuales están agrupados por categorías de especialización<sup>13</sup>. (Ver Anexo 4).

#### 2.3.1.2. CEC (Centro de Educación Continua) Escuela Politécnica Nacional



En el año 1989 la Escuela Politécnica Nacional mediante un convenio con el Ministerio de Educación comenzó a capacitar profesores secundarios, sin embargo, a partir del año 91 al 95, prestó servicios de capacitación y actualización a diferentes empresas e instituciones, razón por la cual en mayo del 95 se convierte en un Centro de Educación Continua, mediante el normativo de la Escuela Politécnica Nacional; con la finalidad de impartir conocimientos, desarrollar actividades académicas, ofrecer actualización permanente de conocimientos de los miembros activos y egresados de la Escuela Politécnica, empresas públicas y privadas y de la comunidad en general.

---

<sup>13</sup> Cfr., SECAP. (2010). [[http://www.secap.gov.ec/secap\\_historia.php](http://www.secap.gov.ec/secap_historia.php)], *Reseña Histórica*.

En agosto del 2000 el Consejo Politécnico crea el CEC-EPN con autonomía económica, administrativa y financiera, con la finalidad de capacitar y emprender actividades en pro de la comunidad.

El Centro de Educación Continua ha adquirido un nuevo reto, mantener la certificación ISO 9001:2000 y dar seguimiento al Sistema de Gestión de Calidad (SGC), obtenido en el mes de marzo del 2006<sup>14</sup>. (Ver Anexo 5).

#### 2.3.1.3. Cámara de Comercio de Quito (CCQ)



El Centro de Estudios de Comercio CEC, es una Fundación sin fines de lucro cuyo objetivo es capacitar y formar al recurso humano de las empresas en temas específicos.

Sus programas son especializados para satisfacer los requerimientos del sector empresarial y elevar su competitividad. Los conocimientos adquiridos por sus estudiantes pueden ser aplicados en sus lugares de trabajo inmediatamente y con alta efectividad.

---

<sup>14</sup> Cfr., CEC - EPN. (2010). [<http://www.cec-epn.edu.ec/index.php?categoria=3>], *Quienes somos*.

Ofrecen servicios como: capacitación, cursos, seminarios, cursos a nivel gerencial y cursos a la medida de las empresas.

La definición del temario de la Capacitación se la realiza según la realidad de la empresa cliente, mediante un breve diagnóstico de la situación actual y las destrezas que buscan desarrollar dentro de los colaboradores.

La Capacitación se la puede llevar a cabo en las instalaciones de la CCQ o servicio *in company* como el cliente lo solicite.<sup>15</sup>

#### 2.3.1.4. Fundación Cicerón – Universidad San Francisco de Quito



Está acreditado al Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional CNCF, mediante resolución No. 234.

En Alianza Estratégica con la Universidad San Francisco de Quito ofrecen cursos de formación continua con excelencia profesional y académica, como la mejor opción para el desarrollo organizacional y el fortalecimiento competitivo.

<sup>15</sup> Cfr., CCQ. (2010).[ [http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=3&Itemid=19](http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_content&task=view&id=3&Itemid=19)], *Quienes somos*.

La Fundación Cicerón tiene como misión el brindar servicios de educación empresarial que incrementen la productividad laboral, utilizando técnicas y tecnología de vanguardia con profesores altamente calificados.

La visión es ser un pulso de desarrollo económico del Ecuador mediante la capacitación y formación de profesionales.

Su objetivo principal es apoyar la capacitación y formación profesional de todo tipo de organizaciones interesadas en el desarrollo de sus colaboradores y el mejoramiento de su competitividad.

Los valores en que se basan son: integridad, profesionalidad y trabajo en equipo.

Entre las ventajas que ofrecen a través de su página web se destacan:

- Instructores con amplia experiencia en cursos y seminarios teóricos y prácticos así como implementaciones de diversos proyectos en diferentes industrias.
- Cursos y seminarios enfocados en la mejora del desempeño, competencias y habilidades necesarias para que las personas apliquen los conocimientos adquiridos exitosamente.

- Los servicios de formación profesional y capacitación conducen hacia la excelencia del desarrollo productivo empresarial.

Estos cursos cambian cada mes, y se publica un cronograma bimensual para conocer los mismos<sup>16</sup>. (Ver Anexo 6).

#### 2.3.1.5. Tecnológico de Monterrey



Fue fundado en 1943 por un grupo de empresarios mexicanos encabezado por don Eugenio Garza Sada.

El Tecnológico de Monterrey es una institución educativa con finalidades académicas en los niveles medio superior y superior, incluido el posgrado, y apoya otros niveles de educación, capacitación, actualización y desarrollo de las personas.

Esta es independiente y ajena a partidarios políticos y religiosos. Comprometida con el desarrollo social y la innovación.

---

<sup>16</sup> Cfr., FUNDACIÓN CICERÓN USFQ. (2010). [ <http://fundacionciceron.usfq.edu.ec/> ], *Quienes somos*.

Entre su oferta académica tiene:

*Programas Ejecutivos:* Enfocados al desarrollo profesional que permiten adquirir conocimientos y habilidades con enfoque 100% práctico en los ejecutivos, conocimiento de vanguardia internacional, instructores internacionales con experiencia en realidad latinoamericana y competitividad empresarial con experiencia académica.

*Programas in company:* Se dedica al perfeccionamiento de las habilidades de los participantes en las organizaciones, como promotores del cambio y del desarrollo sostenible para el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad.

Ofrecen programas desarrollados a la medida de las necesidades de las empresas o instituciones, donde se diseñan para asegurar el cumplimiento de los objetivos, las técnicas didácticas y la tecnología que mejor se adapte a los participantes y a su contexto.

*Seminarios/taller:* Estos constituyen una experiencia de aprendizaje con el fin de actualizar y mejorar conocimientos habilidades y actitudes de los asistentes en el desempeño laboral enfocándose a un tema específico.<sup>17</sup> (Ver Anexo 7).

---

<sup>17</sup> Cfr., TECNOLÓGICO DE MONTERREY. (2010). [<http://www.itesm.edu.ec/site/titulos.php?idTitulo=10>], *Conócenos*.

### 2.3.1.6. UNIDEC - Universidad Central del Ecuador



La Universidad Central del Ecuador forma profesionales críticos de nivel superior, comprometidos con la verdad, justicia, equidad, solidaridad, valores éticos y morales; genera ciencia, conocimiento, tecnología, cultura y arte; y crea espacios para el análisis y solución de los problemas nacionales.

La Unidad de Educación Continua UNIDEC promueve de forma permanente actividades de docencia y extensión a través del Programa de Educación Continua.

Su equipo de profesores e investigadores aporta de manera constante elementos académicos para la construcción de conceptos nuevos y capacitación de alto nivel, adecuados a las características propias de los profesionales y empresas ecuatorianas.

El propósito fundamente de UNIDEC es elevar el nivel académico de estudiantes y profesionales del país a través de sus programas de capacitación.

La inscripción a los programas puede ser vía online en las modalidades personal y para grupos<sup>18</sup>.

#### 2.3.1.7. ESPE (Escuela Superior Politécnica del Ejército)



En noviembre de 1996 se crea oficialmente la Dirección de Educación Continua (DEC) adscrita al Vicerrectorado Académico.

La DEC de la Escuela Politécnica del Ejército, desarrolla cursos abiertos e institucionales, en áreas estratégicas de Gestión Técnica, Administrativa, Humana y en el uso de Tecnologías modernas para el Recurso Humano de las organizaciones, con una orientación al desarrollo de las fortalezas individuales y organizacionales.

Los programas de capacitación se caracterizan por ser prácticos y utilizar metodologías que motivan el aprendizaje, produciendo resultados de calidad y el logro del compromiso con la organización.

---

<sup>18</sup> Cfr., UNIDEC. (2010).[<http://www.educontinua.com/>], *Página Principal*.

En el 2006 como consecuencia de la reestructuración de la ESPE pasa a llamarse Unidad de Educación Continua, siendo considerada un área de apoyo a la docencia.

La Unidad de Educación Continua de la Escuela Politécnica del Ejército desarrolla programas de educación permanente: cursos, seminarios y programas académicos; destinados a la difusión de conocimientos, a la actualización o profundización de los mismos, al intercambio de experiencias y a las actividades de servicio tendientes a satisfacer los requerimientos institucionales y de la sociedad en general.

La capacitación puede significar un verdadero proceso de aprendizaje y un cambio de actitudes del individuo, en beneficio de una mayor y mejor capacidad de aprendizaje, quien se capacita es un elemento generador de su propia información.

Los cursos que oferta la UEC están dirigidos a Gerentes, Directivos, Funcionarios, Personal docente, Técnico, Estudiantes y Público en general; de acuerdo al contenido y grado de profundidad se establecen niveles: básico, intermedio y avanzado<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Cfr., ESPE. (2010). [<http://www.espe.edu.ec/portal/portal/main.do?sectionCode=77>], *Quiénes somos*.

## 2.3.1.8. FLACSO (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales)



La Sede de FLACSO en Ecuador fue establecida en 1974, mediante un acuerdo entre el Estado ecuatoriano y el sistema internacional de FLACSO. La institución forma parte del sistema universitario ecuatoriano y fue reconocida por la Ley de Educación Superior en el año 2000. La institución goza de autonomía administrativa y financiera en concordancia con su acuerdo constitutivo.

Producir y difundir conocimiento en ciencias sociales, a través de la investigación y docencia de calidad, regido por criterios de pluralismo, libertad y autonomía académica y, destinado a contribuir al desarrollo del pensamiento latinoamericano y promover la justicia social.<sup>20</sup>

El servicio de capacitación es ofertado adicionalmente por empresas auditoras dentro de este ámbito de especialización, sin embargo el mismo no se difunde a través de sus páginas web.

---

<sup>20</sup> Cfr., FLACSO. (2010). [<http://www.flacso.org.ec/html/sede.html>], *Sede en Ecuador*.

Algunos institutos de capacitación brindan información detallada del contenido de los programas de capacitación entre los cuales se encuentra el CEC, el SECAP, el Tecnológico de Monterrey.

**Tabla N° 6**  
**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA FUENTES SECUNDARIAS**

|   | INSTITUCIÓN                                          | AÑO DE CREACIÓN | SEDES | DIRIGIDO A                                                                                          | LUGAR DE CAPACITACIÓN                                                                                          | CURSO EN TEMAS ADMINISTRATIVOS VIGENTES                                                                                                                                                                                                          |
|---|------------------------------------------------------|-----------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | PUCE                                                 | 1998            | 1     | Egresados de la Facultad, Empresas y personas en general                                            | Instalaciones Propias                                                                                          | No posee portafolio de programas de capacitación preestablecido actualmente                                                                                                                                                                      |
| 2 | CEC (ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL)                   | 1995            | 3     | Egresados de la institución, de las empresas públicas y privadas y de la comunidad en general       | Instalaciones Propias                                                                                          | Análisis estadístico básico con SPSS, Evaluación Financiera de Proyectos ,Diseño Institucional, Excel Avanzado, Generación de ideas de negocios, Gerencia del Servicio (Atención al Cliente),Microsoft Project Básico, Planificación Estratégica |
| 3 | FLACSO                                               | 1974            | 1     | A personas con un alto nivel de preparación profesional                                             | Instalaciones Propias                                                                                          | No poseen una oferta academia con temas de interés fijas ya que la planificación mensual varia                                                                                                                                                   |
| 4 | SECAP                                                | 1966            | 4     | Personal en servicio o en aptitud de incorporarse al mismo                                          | Instalaciones Propias                                                                                          | Gestión Técnica, Administrativa, Humana y en el uso de Tecnologías modernas para el Recurso Humano de las organizaciones.                                                                                                                        |
| 5 | CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO - CCQ                    | 1995            | 1     | Diseñados de acuerdo a los requerimientos específicos de las empresas que soliciten dicho servicios | La Capacitación se la puede llevar a cabo en una de sus aulas o en las instalaciones de la empresa solicitante | La Capacitación se la realiza según la realidad de la empresa cliente                                                                                                                                                                            |
| 6 | TECNOLÓGICO DE MONTERREY                             | 1996            | 1     | Altos cargos ejecutivos y profesionales en cargos específicos                                       | Instalaciones Propias                                                                                          | Poseen programación especializada anual.                                                                                                                                                                                                         |
| 7 | FUNDACIÓN CICERÓN UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO | 2005            | 1     | Profesionales con perfil e interés ajustado al tema                                                 | Instalaciones Propias                                                                                          | Poseen programación especializada anual.                                                                                                                                                                                                         |
| 8 | UNIDEC (UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR)             | No se registra  | 1     | Al público en general                                                                               | Instalaciones Propias                                                                                          | Poseen programación anual en temas generales.                                                                                                                                                                                                    |

**Fuente:** Páginas web de Universidades e Institutos de Capacitación

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

### **2.3.2. Informe de Capacitación Segmento B2B**

A continuación se presenta el Informe de Capacitación del Segmento B2B proporcionado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE que revela las expectativas de capacitación en este segmento y las temáticas actualmente requeridas por las empresas; fue realizado en febrero del 2010 por la Empresa Marketing Advice.

#### **2.3.2.1. Consideraciones Metodológicas**

##### **Justificación del Estudio**

La Facultad de Administración de la Universidad Católica del Ecuador ha solicitado se realice un estudio de mercado en el cual se pueda identificar oportunidades para los programas de extensión de la misma. Se ha decidido evaluar los requerimientos de Capacitación de las empresas.

##### **Objetivo General**

Evaluar las expectativas de capacitación por parte de las empresas, y las temáticas que actualmente se están solicitando.

### **Objetivos Específicos**

- Evaluar el comportamiento empresarial para contratar capacitación.
- Conocer preocupaciones en torno a competencias del personal.
- Determinar el interés de contar con cursos de capacitación a cargo de la Universidad Católica.
- Identificar temáticas y áreas claves de capacitación: determinar contenidos.
- Conocer el presupuesto asignado para actividades de capacitación y número de horas de capacitación por persona.

### **Metodología del Estudio y Perfil de la Unidad Muestral**

- **Universo de estudio:** Profesionales vinculados a Recursos Humanos de empresas con actividad en la ciudad de Quito, que contraten capacitación externa.
- **Metodología y herramienta:** Para el presente estudio se escogió una metodología de análisis cuantitativo y descriptivo

de datos. La herramienta de investigación se realizó a través de encuestas telefónicas.

- **Muestreo:** Se realizó un muestreo aleatorio de una base de datos de profesionales que cumplían los requisitos como unidad muestral.
- **Tamaño de muestra:** se contactó a una muestra de 100 profesionales en áreas vinculadas a Recursos Humanos.
- **Instrumento de Investigación:** se utilizó un cuestionario estructurado para el levantamiento de la información. (Ver Anexo 8).
- **Fecha de recopilación:** La serie de entrevistas tuvieron lugar en la ciudad de Quito durante las semanas finales de diciembre de 2009 e inicios de enero de 2010.
- **Perfil de la unidad muestral:** Personas que son profesionales que se encuentran trabajando con jefes o gerentes de Recursos Humanos o Gerentes Generales, en empresas medianas, grandes, sean nacionales o multinacionales y que su principal área de gestión se encuentren en la ciudad de Quito. Todos estos profesionales deben declarar que sí contratan capacitación externa para sus empresas. En estas organizaciones, todos los entrevistados ocupan cargos que se

pueden clasificar entre mandos medios y altos. Los entrevistados ocupan posiciones que se categorizan en Analistas 7%, Jefaturas 32%, Gerencias 21%, Coordinadores 13%. Son responsables de actividades como gestión administrativa, reclutamiento, selección, capacitación, nómina, compensación salarial, reclutamiento, desarrollo organizacional, etc. Se ha incluido asistencias cuando tienen un conocimiento muy cercano a las actividades mencionadas. De los 100 entrevistados, 90% pertenece a la empresa privada, el restante trabaja en empresa pública e instituciones.

**Nota:** la Base de Datos corresponde al Ranking 2007 de las 1000 compañías más importantes a nivel nacional (sede Quito).

#### 2.3.2.2. Resultados Obtenidos

| <b>Tabla N° 7</b>                                                           |                       |                |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|----------------|
| <b>ALTERNATIVAS DE CAPACITACIÓN</b>                                         |                       |                |
| <b><i>¿A qué vías recurre cuando hay una necesidad de capacitación?</i></b> |                       |                |
| <b>Categorías respuesta</b>                                                 | <b>Frec. Absoluta</b> | <b>Frec. %</b> |
| Búsqueda de expertos                                                        | 34                    | 23%            |
| Instituciones educativas                                                    | 25                    | 17%            |
| Internamente                                                                | 24                    | 17%            |
| Centros - empresas especializados de capacitación                           | 18                    | 12%            |
| Proveedores calificados                                                     | 15                    | 10%            |
| Cámaras de Comercio – Industria                                             | 11                    | 8%             |
| CNCF                                                                        | 6                     | 4%             |
| Otros                                                                       | 12                    | 8%             |
| <b>Total respuestas n =100</b>                                              | <b>145</b>            | <b>100%</b>    |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Marketing Advice

Es interesante conocer que la primera opción para capacitar al personal es la búsqueda de expertos con un 23%, y a continuación se recurre a instituciones educativas, esta alternativa permite a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE ofrecer sus programas de capacitación.

**Tabla N° 8**  
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS**  
*¿Dónde se informa acerca de temáticas de capacitación? (Múltiple)*

| Categorías respuesta           | Frec. Absoluta | %           |
|--------------------------------|----------------|-------------|
| CORREO ELECTRÓNICO             | 69             | 42%         |
| INTERNET                       | 34             | 21%         |
| REFERIDOS                      | 27             | 16%         |
| PROVEEDORES CALIFICADOS*       | 14             | 9%          |
| PERIÓDICO                      | 7              | 4%          |
| REVISTAS ESPECIALIZADAS        | 6              | 4%          |
| Otros                          | 7              | 4%          |
| <b>Total respuestas n =100</b> | <b>164</b>     | <b>100%</b> |

\*Entre varios sugeridos están: CATEIN (Capacitación Técnica Industrial y Empresarial); Team Builders; CNFC, Centros de Capacitación varios

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

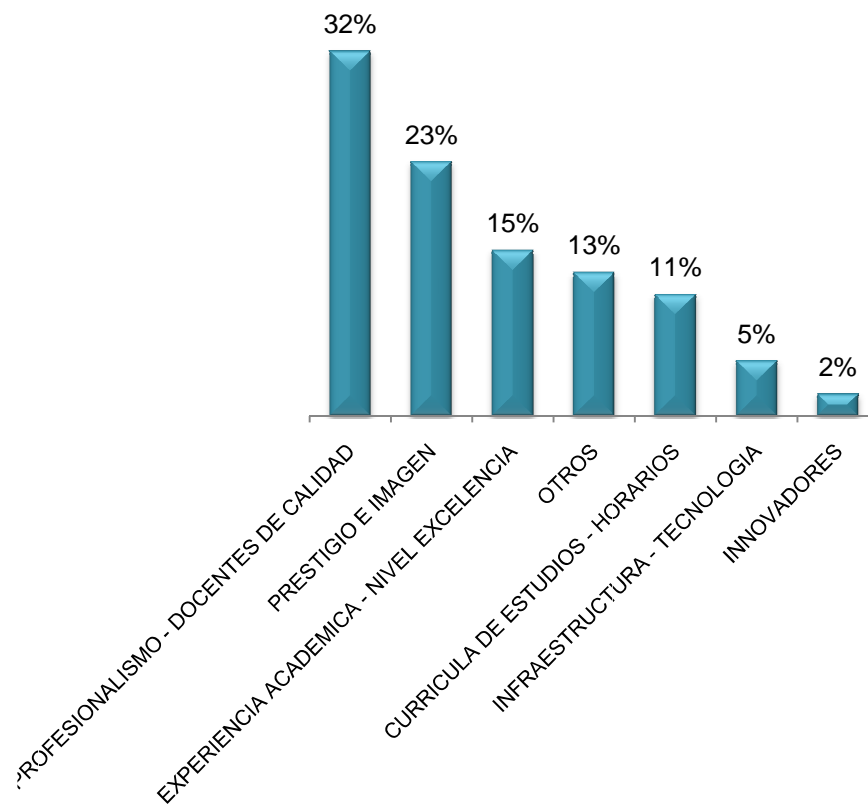
**Elaborado por:** Marketing Advice

La principal vía para conocer sobre cursos de capacitación es a través del Internet, desplazando a vías tradicionales de comunicación como periódicos y revistas especializadas.

**Intención de Compra:** El 98% de los entrevistados contestó estar interesado en contar con cursos de capacitación organizados y avalados por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, por lo cual confirmamos la importante aceptación de la institución dentro del mercado.

**Gráfico N° 13**  
**ASPECTOS VALORADOS EN LA PUCE**

**¿Qué le atrae de la Universidad Católica para realizar cursos de capacitación?**



n=100; 102 respuestas  
múltiples

| <b>OTROS:</b>                                        |
|------------------------------------------------------|
| Buena educación en todas sus áreas                   |
| Liderazgo y estilo de dirección                      |
| No está dirigida por la política                     |
| Facilidad de crédito y cartera flexible              |
| Son avalados                                         |
| Hay más garantía de la calidad de instrucción        |
| Que se puede adaptar a las necesidades de su empresa |
| Se basan en valores                                  |

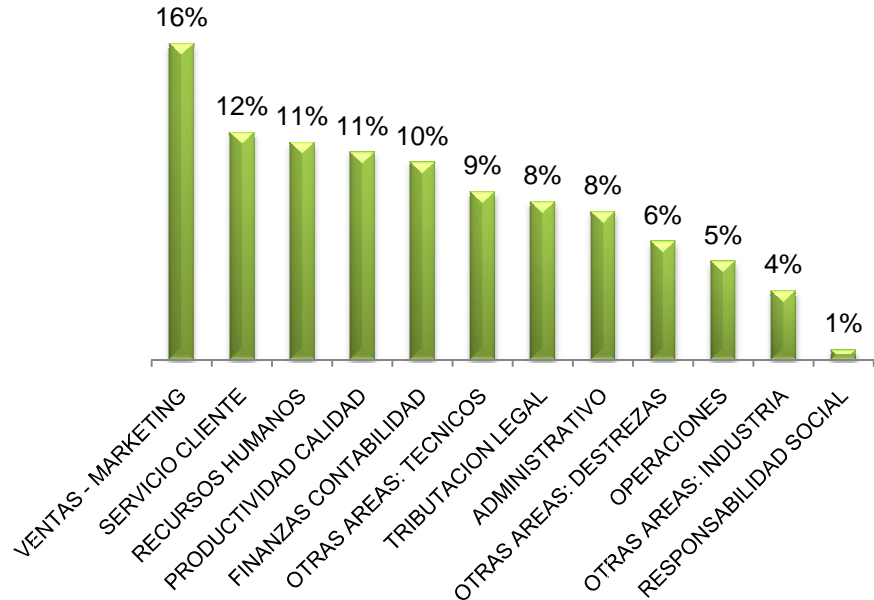
**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Marketing Advice

Para el 47% de los entrevistados el factor más importante para contratar el servicio de capacitación de la PUCE corresponde a la excelencia académica de sus docentes, a continuación con un 23% se destaca la imagen y prestigio institucional.

### Gráfico N° 14 ÁREAS CLAVES DE CAPACITACIÓN

¿Cuáles considera que son áreas claves de temas de capacitación para la compañía?



N=100; Respuestas válidas:  
196

| OTRAS ÁREAS:<br>DESTREZAS    | OTRAS ÁREAS:<br>TÉCNICOS       | OTRAS ÁREAS:<br>INDUSTRIA |
|------------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| Conocimientos del negocio    | Mantenimiento<br>Maquinaria    | Eléctrica                 |
| Liderazgo                    | Áreas técnicas -<br>Ingeniería | Industriales              |
| Desarrollo                   | Cobranzas                      | Seguros                   |
| Comunicación efectiva        | Manejo Técnico                 | Telecomunicaciones.       |
| Cultura general y actualidad | Normas ISO                     | Área Industrial/ Textil   |
| Idiomas                      | Supervisión                    | Seguridad Industrial      |
| Trabajo en equipo            | Bodegas                        |                           |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Marketing Advice

Para los entrevistados las principales áreas de interés son: Marketing – Ventas, Servicio al Cliente, Recursos Humanos, y Productividad junto con Operaciones tienen un 16%, el quinto lugar lo ocupa el área de Contabilidad y Finanzas; esta información permitirá delinear los principales programas de capacitación a fin de atender los requerimientos del mercado.

## Temática de Capacitación por Área

### *Temas claves de capacitación en Ventas – Marketing*

Esta fue el área en que más temáticas de capacitación fueron identificadas. Se resume la situación de 52 temáticas propuestas. Las mismas han sido propuestas por el 34% de los entrevistados. Se realiza una categorización cuantitativa por categoría de temáticas.

| <b>Tabla N° 9<br/>TEMAS CLAVES DE CAPACITACIÓN EN VENTAS<br/>MARKETING</b> |                       |                                                             |              |             |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| %<br>CATEG                                                                 | CATEGORÍA<br>TEMÁTICA | TEMÁTICAS                                                   | Frec<br>Abs. | Frec %      |
| 63%                                                                        | VENTAS                | Desarrollo de negociación y cierre de ventas                | 12           | 23%         |
|                                                                            |                       | Tácticas - técnicas de Ventas                               | 7            | 13%         |
|                                                                            |                       | Ventas a nivel general                                      | 5            | 10%         |
|                                                                            |                       | Seguimiento al cliente - post venta                         | 4            | 8%          |
|                                                                            |                       | Estrategia de ventas                                        | 2            | 4%          |
|                                                                            |                       | Escuela de ventas integral: mercadeo, cartera, organización | 2            | 4%          |
|                                                                            |                       | Presupuesto de ventas                                       | 1            | 2%          |
| 13%                                                                        | MERCADEO              | Abordaje de clientes                                        | 1            | 2%          |
|                                                                            |                       | Análisis de Mercado                                         | 2            | 4%          |
|                                                                            |                       | Actualización en temas de Marketing                         | 2            | 4%          |
|                                                                            |                       | Técnicas de mercadeo                                        | 1            | 2%          |
|                                                                            |                       | Introducción al Mercadeo                                    | 1            | 2%          |
| 12%                                                                        | SERVICIO AL CLIENTE   | Dirección de Marketing                                      | 1            | 2%          |
|                                                                            |                       | Servicio al Cliente                                         | 4            | 8%          |
| 10%                                                                        | MANAGEMENT            | Manejo de objeciones, quejas y reclamos                     | 2            | 4%          |
|                                                                            |                       | Coaching                                                    | 2            | 4%          |
|                                                                            |                       | Administración área comercial y ventas                      | 2            | 4%          |
|                                                                            |                       | Trabajo en Equipo                                           | 1            | 2%          |
|                                                                            |                       | <b>Total de respuestas obtenidas</b>                        | <b>52</b>    | <b>100%</b> |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Marketing Advice

En la categoría temática de Ventas los temas relevantes son negociación y cierre de ventas con un 23%, seguido de técnicas de

ventas con un 13%; los cuales reflejan la eficiencia de los asesores comerciales dentro de toda empresa, adicionalmente existe interés en conocer de manera integral el desarrollo de ventas así como la implementación de servicio post-venta.

Los temas solicitados en el área de Marketing reflejan la profundización en cuanto a Investigación de Mercados y temas generales de administración.

*Temas claves de capacitación en Servicio al Cliente*

Servicio al cliente es la segunda área en que se identificaron temáticas de capacitación. Se resume la situación de 25 temáticas propuestas.

| <b>Tabla N° 10<br/>TEMAS CLAVES DE CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL<br/>CLIENTE</b> |                  |               |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------|
| <b>TEMÁTICAS</b>                                                               | <b>Frec Abs.</b> | <b>Frec %</b> |
| Atención al cliente - Mejoramiento                                             | 12               | 23%           |
| Buen trato al cliente                                                          | 4                | 8%            |
| Manejo de quejas y reclamos                                                    | 2                | 4%            |
| Relación vendedor - cliente                                                    | 2                |               |
| Identificar necesidades cliente                                                | 2                |               |
| Cobranzas                                                                      | 1                |               |
| Temas para capacitar servicio al cliente                                       | 1                |               |
| Estrategias de servicio                                                        | 1                |               |
| <b>Total de respuestas obtenidas</b>                                           | <b>25</b>        |               |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Marketing Advice

En la actualidad las empresas buscan mantener a sus clientes, por lo cual es indispensable un excelente servicio al cliente y un adecuado manejo de quejas y reclamos.

*Temas claves de capacitación en Productividad y Calidad*

A continuación se resume la situación de 23 temáticas propuestas. Las mismas han sido propuestas por el 20% de los entrevistados.

**Tabla N° 11**  
**TEMAS CLAVES DE CAPACITACIÓN EN PRODUCTIVIDAD - CALIDAD**

| TEMÁTICAS                                  | Frec Abs. | Frec % |
|--------------------------------------------|-----------|--------|
| Organización del trabajo y del tiempo      | 3         | 13%    |
| Mejoramiento del sistema                   | 2         | 9%     |
| Mejoramiento y manejo del producto         | 2         | 9%     |
| Buenas prácticas en manufactura BPM        | 1         |        |
| Calidad de trabajo                         | 1         |        |
| Comunicación para mejorar la productividad | 1         |        |
| Control de calidad                         | 1         |        |
| Formas de registrar la productividad       | 1         |        |
| Manejo de bodegas                          | 1         |        |
| Manejo de Costos                           | 1         |        |
| Manejo de la Fábrica                       | 1         |        |
| Mejoras en la productividad Laboral        | 1         |        |
| Normas de Mejoramiento de productividad    | 1         |        |
| Prácticas de Manufacturas                  | 1         |        |
| Productividad por áreas                    | 1         |        |
| Responsabilidad laboral                    | 1         |        |
| Respuestas rápidas competitivas            | 1         |        |
| Supervisión de procesos                    | 1         |        |
| Trabajo en equipo                          | 1         |        |
| <b>Total de respuestas obtenidas</b>       | <b>23</b> |        |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Marketing Advice

En general se destacan temas relacionados con procesos y mejoramiento continuo en áreas específicas dentro de la empresa.

*Temas claves de capacitación en Operaciones*

Se resume la situación de 9 temáticas propuestas. Las mismas han sido propuestas por el 9% de los entrevistados.

| <b>Tabla N° 12</b>                                 |                  |               |
|----------------------------------------------------|------------------|---------------|
| <b>TEMAS CLAVES DE CAPACITACIÓN EN OPERACIONES</b> |                  |               |
| <b>TEMÁTICAS</b>                                   | <b>Frec Abs.</b> | <b>Frec %</b> |
| Manejo y evaluación de productos                   | 2                | 22%           |
| Cursos de cajeros                                  | 1                |               |
| Evaluación de proyectos exitosos                   | 1                |               |
| Manejo de productos críticos                       | 1                |               |
| Metrología en máquinas                             | 1                |               |
| Trabajo en equipo                                  | 1                |               |
| Uso de torniquete                                  | 1                |               |
| Toma de decisiones                                 | 1                |               |
| <b>Total de respuestas obtenidas</b>               | <b>9</b>         |               |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Marketing Advice

Manejo y evaluación de productos es la principal temática que surge de entre las proposiciones en esta área.

*Temas claves de capacitación en el área Administrativa*

Se resume la situación de 23 temáticas propuestas. Las mismas han sido propuestas por el 14% de los entrevistados.

| <b>Tabla N° 13</b>                                    |                  |               |
|-------------------------------------------------------|------------------|---------------|
| <b>TEMAS CLAVES DE CAPACITACIÓN EN ADMINISTRACIÓN</b> |                  |               |
| <b>TEMÁTICAS</b>                                      | <b>Frec Abs.</b> | <b>Frec %</b> |
| Administración de personal                            | 4                | 15%           |
| Manejo administrativo de recursos logísticos          | 3                | 11%           |
| Administración de recursos                            | 2                | 7%            |
| Liderazgo                                             | 2                | 7%            |
| Organización laboral                                  | 2                |               |
| Nuevas tendencias administrativas                     | 2                |               |
| Administración del tiempo                             | 1                |               |
| Couching                                              | 1                |               |
| Desarrollo administrativo                             | 1                |               |
| Formación auditores                                   | 1                |               |
| Formulación de Proyectos                              | 1                |               |
| Manejo de Excel intermedio y avanzado                 | 1                |               |
| Trabajo en equipo                                     | 1                |               |
| Tributación                                           | 1                |               |
| <b>Total de respuestas obtenidas</b>                  | <b>23</b>        |               |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Marketing Advice

#### *Temas claves de capacitación en Recursos Humanos*

Se resume la situación de 27 temáticas propuestas. Las mismas han sido propuestas por el 22% de los entrevistados.

En la actualidad las empresas tienden a implementar una comunicación horizontal, y la estructura jerárquica cada vez es más obsoleta, por lo cual es indispensable delegar ciertas actividades otorgando empoderamiento a los empleados dentro de la organización, y bajo este contexto podemos comprender que los temas con mayor solicitud por parte de los entrevistados son liderazgo y trabajo en equipo. Adicionalmente el área de Recursos Humanos requiere conocer temas sobre clima laboral, administración del personal, motivación, leyes laborales, relaciones humanas, entre

otros a fin de brindar bienestar, fidelizar al cliente interno y cumplir objetivos estratégicos empresariales; lo cual se refleja en la siguiente tabla:

| <b>Tabla N° 14<br/>TEMAS CLAVES DE CAPACITACIÓN EN RECURSOS HUMANOS</b> |                  |               |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------|
| <b>TEMÁTICAS</b>                                                        | <b>Frec Abs.</b> | <b>Frec %</b> |
| Liderazgo                                                               | 4                | 15%           |
| Trabajo en equipo                                                       | 3                | 11%           |
| Clima organizacional                                                    | 2                | 7%            |
| Administración de personal                                              | 2                | 7%            |
| Administración del tiempo                                               | 2                | 7%            |
| Motivaciones a empleados                                                | 2                | 7%            |
| Actualización Leyes laborales                                           | 2                | 7%            |
| Relaciones humanas                                                      | 2                | 7%            |
| Calificación de Personal                                                | 1                |               |
| Capacitación Técnica                                                    | 1                |               |
| Emprendimiento de la persona                                            | 1                |               |
| Inducción a la empresa                                                  | 1                |               |
| Proceso de Selección                                                    | 1                |               |
| Seguridad industrial                                                    | 1                |               |
| Selección de Personal                                                   | 1                |               |
| Técnicas de Recursos Humanos                                            | 1                |               |
| <b>Total de respuestas obtenidas</b>                                    | <b>27</b>        |               |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Marketing Advice

#### *Temas claves de capacitación en Finanzas – Contabilidad*

Se resume la situación de 19 temáticas propuestas. Las mismas han sido propuestas por el 18% de los entrevistados.

| <b>Tabla N° 15</b>                                             |                  |               |
|----------------------------------------------------------------|------------------|---------------|
| <b>TEMAS CLAVES DE CAPACITACIÓN EN FINANZAS - CONTABILIDAD</b> |                  |               |
| <b>TEMÁTICAS</b>                                               | <b>Frec Abs.</b> | <b>Frec %</b> |
| Actualización en temas de tributación                          | 4                | 15%           |
| Análisis de balances y contabilidad                            | 3                | 11%           |
| Actualizaciones de normas de contabilidad                      | 2                | 7%            |
| Manejo de presupuestos y flujos                                | 2                | 7%            |
| Cobranzas                                                      | 1                |               |
| Contabilidad de Costos                                         | 1                |               |
| Manejo de inventario                                           | 1                |               |
| Manejo de Nomina                                               | 1                |               |
| Planillas                                                      | 1                |               |
| Declaración de impuestos                                       | 1                |               |
| Problemas cuando se cae el sistema contable                    | 1                |               |
| Sistemas financieros                                           | 1                |               |
| <b>Total de respuestas obtenidas</b>                           | <b>19</b>        |               |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Marketing Advice

El 15% de los entrevistados requieren una actualización en temas de tributación, es importante considerar que durante el gobierno actual se han realizado reformas a la Ley Tributaria por lo cual es indispensable solventar dudas e inquietudes dentro de este aspecto.

A continuación se destacan temas relacionados con el área financiera.

#### *Temas claves de capacitación Legal – Tributación*

Se resume la situación de 19 temáticas propuestas. Las mismas han sido propuestas por el 16% de los entrevistados.

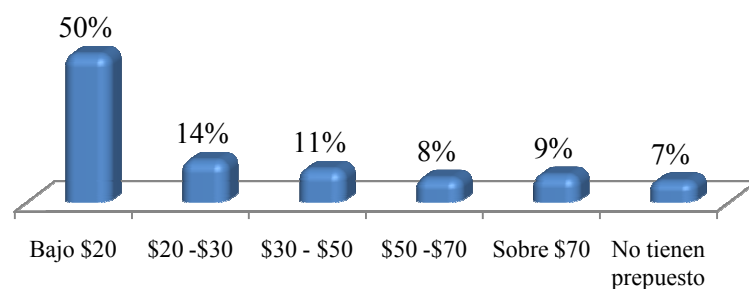
| <b>Tabla N° 16<br/>TEMAS CLAVES DE CAPACITACIÓN EN TRIBUTACIÓN -<br/>LEGAL</b> |                  |               |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------|
| <b>TEMÁTICAS</b>                                                               | <b>Frec Abs.</b> | <b>Frec %</b> |
| Actualizaciones de SRI y tributación                                           | 7                | 37%           |
| Tributación legal                                                              | 4                | 21%           |
| Actualización en los temas legales                                             | 2                | 11%           |
| Impuesto a la Renta                                                            | 2                | 11%           |
| Impuesto al Valor Agregado                                                     | 2                | 11%           |
| Legislación laboral                                                            | 1                | 5%            |
| Temas de exportaciones                                                         | 1                | 5%            |
| <b>Total de respuestas obtenidas</b>                                           | <b>19</b>        |               |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Marketing Advice

Los temas solicitados en esta área están estrechamente relacionados con la Ley Tributaria vigente en el país, pero enfocadas en el área legal.

**Gráfico N° 15  
PRESUPUESTO DE CAPACITACIÓN  
¿Cuál es el presupuesto por hora de capacitación  
que maneja en su compañía?**



**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

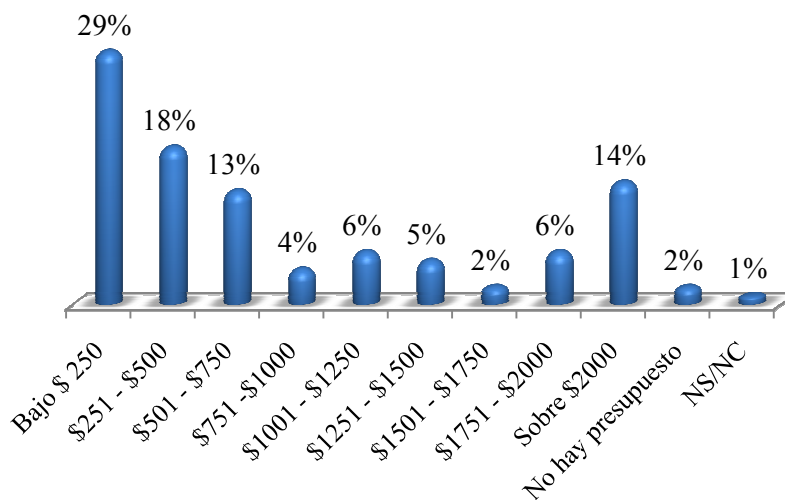
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Un 7% señala que no hay presupuesto. El 50% responde que pagaría un valor por hora menor a \$20.

El promedio del presupuesto por hora de capacitación para toda la muestra es \$ 31,88.

**Gráfico N° 16**  
**PRESUPUESTO PROMEDIO ANUAL POR PERSONA**

**¿Cuál es el presupuesto PROMEDIO anual de capacitación por persona en su compañía?**



**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

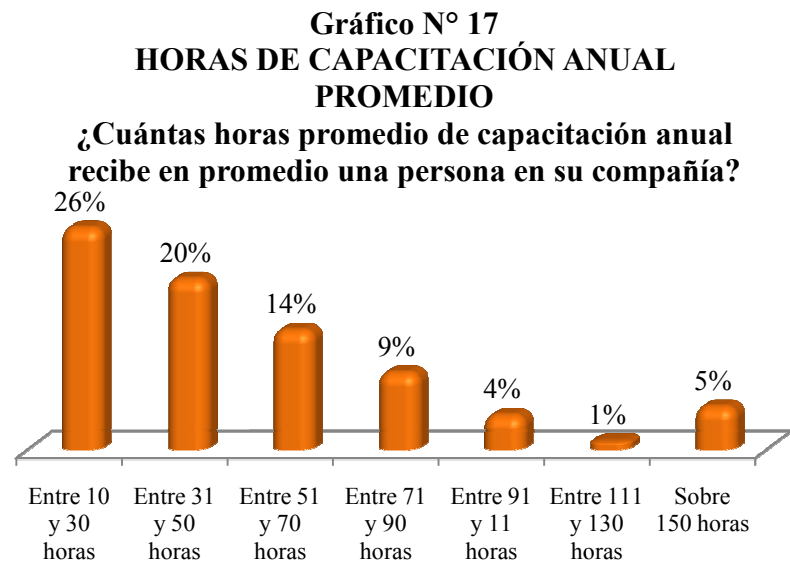
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Un 3% de entrevistados no responde sobre un presupuesto anual de capacitación, pues señala que no hay presupuesto.

El principal valor seleccionado es “bajo \$250” por un 29% de la muestra.

A este le sigue “\$250 - \$500” por un 18% de la muestra, el siguiente rubro importante es “sobre \$2000”, seleccionado por 14% de la muestra.

El promedio del presupuesto anual de capacitación por persona para toda la muestra es \$ 842,78.



**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

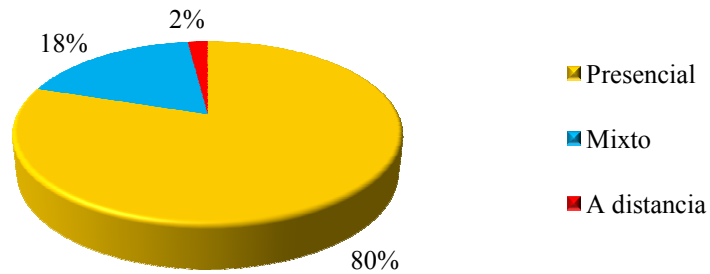
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El promedio de horas de capacitación anual por persona para toda la muestra es **43,5 horas**.

Un 80% de los entrevistados declaran hasta 90 horas de capacitación anual por persona, lo cual permite comprender el marco en el cual se podrían desarrollar los cursos de capacitación para este segmento.

## Características del servicio

**Gráfico N° 18**  
**MODALIDAD DE CAPACITACIÓN**  
**¿Qué tipo de modalidad de capacitación prefiere?**

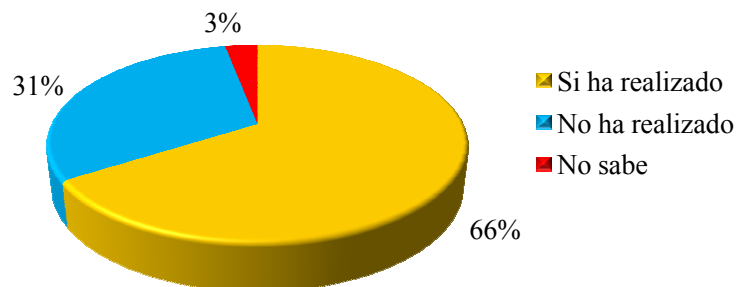


**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

La modalidad presencial tiene la mayor aceptación, un 80% de la muestra declara preferir esta alternativa; lo cual se debe a las ventajas que ofrece esta metodología por cuanto permite la profundización de temas y la resolución de problemas de manera conjunta con el instructor.

**Gráfico N° 19**  
**DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES**  
**¿Han realizado algún diagnóstico de necesidades de capacitación?**

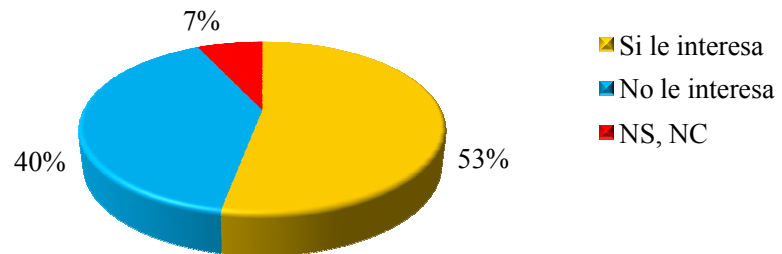


**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El 66% declara que ha realizado un diagnóstico de necesidades de capacitación dentro de empresa, sin embargo existe un 31% que no lo ha realizado, por lo cual existe una necesidad latente en este segmento.

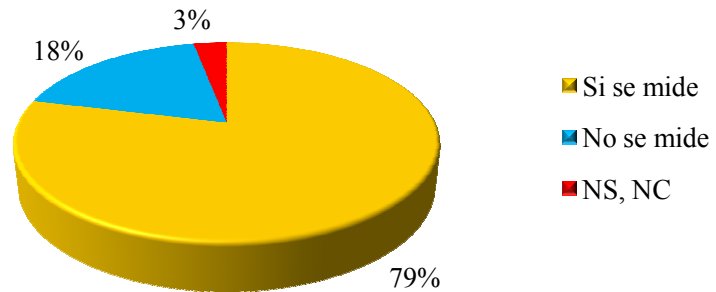
**Gráfico N° 20**  
**ACEPTACIÓN SERVICIO DIAGNOSTICO**  
**PUCE**  
**¿Le interesaría que sea la Universidad Católica**  
**quien le realice este diagnóstico?**



**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Al 53% le interesa la opción de que la Universidad Católica a través de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, empresas que han realizado un diagnóstico así como aquellas que no lo han hecho tienen interés en adquirir este servicio.

**Gráfico N° 21**  
**MEDICION DE IMPACTO CAPACITACIÓN**  
**¿Se mide el impacto de la capacitación?**

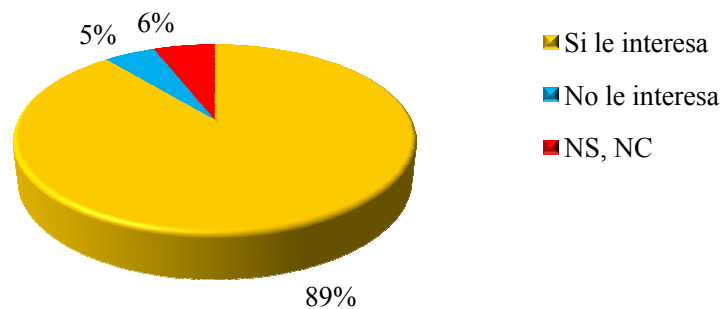


**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El 78% de los entrevistados declaran que se realiza una evaluación posterior a la capacitación, de manera que se pueden medir el nivel de aprendizaje, la calidad del tema tratado y la eficiencia del capacitador.

**Gráfico N° 22**  
**MEDICIÓN DE IMPACTO EN PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN**  
**¿Le interesaría que los cursos incluyan el instrumento de medición de impacto de la capacitación?**

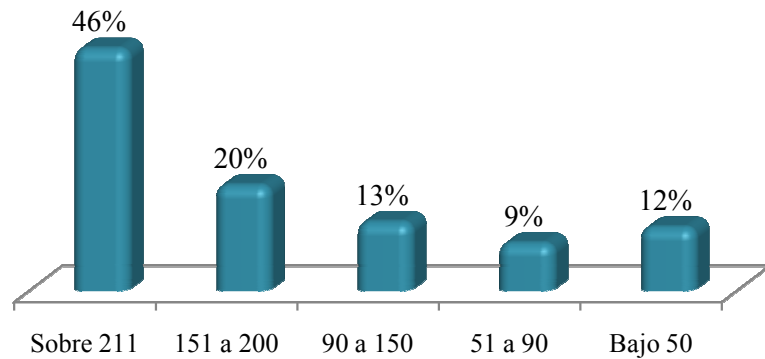


**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El 89% de los entrevistados declaran estar interesados en tener una herramienta de medición de impacto, lo cual podría ser una alternativa de servicio en el futuro.

**Gráfico N° 23**  
**NÚMERO DE EMPLEADOS**  
**¿Cuántas personas trabajan en la empresa?**



**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2B, FCAC – PUCE

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El 46% de la muestra tiene más de 211 empleados dentro de la empresa.

Al analizar el porcentaje acumulado, el 80% de las empresas cuentan por lo menos con 100 o más empleados. El promedio de personas que trabajan en cada empresa es de 160.

### 2.3.2.3. Análisis de Resultados

Realizando un análisis concluyente se determina que en promedio las empresas tienen 160 empleados, cuando requieren capacitar a su

personal la primera opción es buscar a expertos en el área y la siguiente alternativa es recurrir a instituciones educativas con un 17%, la opción de acudir a centros de capacitación esté en cuarto lugar con un 12%, esto determina la confianza de las empresas hacia las instituciones educativas, es decir desde la perspectiva del segmento B2B existe una clara aceptación y no existiría una barrera de ingreso en este sentido, adicionalmente el 80% prefiere recibir la capacitación de manera presencial. Al profundizar en la investigación se determina que el 98% estaría dispuesto a contratar un programa de capacitación organizado y avalado por la PUCE, aceptación que se respalda en la imagen de excelencia, experiencia académica y prestigio que significa la marca PUCE.

El pensum de las carreras vigentes en la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE permiten desarrollar una amplia gama de programas que cubren las necesidades de capacitación empresarial. El 50% de las empresas estaría dispuesto a realizar el diagnóstico de necesidades de capacitación a través de la PUCE.

Es importante destacar que el valor promedio anual de capacitación por persona es de \$ 842,00; lo cual es un parámetro importante de disposición de pago para adquirir un programa de capacitación, y el promedio de horas de capacitación anual por persona es 43,5; estas

características permitirán desarrollar los programas de capacitación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables.

## 2.4. INVESTIGACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS

### 2.4.1. Fase Cualitativa

#### 2.4.1.1. Justificación

Es la metodología de investigación exploratoria sin estructura, basada en muestras simples la que proporciona puntos de vista y comprensión de los problemas (MALHOTRA, 2004: 137). Se utilizó la técnica de entrevistas a profundidad a diferentes autoridades de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables con el fin de indagar de manera previa sobre la situación actual de la Coordinación de Extensión y el posible servicio que podría brindar a la comunidad.

#### 2.4.1.2. Instrumento de Investigación

Se desarrolló un Cuestionario no estructurado a fin de obtener respuestas generales que permitan realizar un diagnóstico general sobre los programas de capacitación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. (Ver Anexo 9).

## 2.4.1.3. Levantamiento de la Información

Se realizó una cita previa para realizar las entrevistas a docentes y autoridades involucrados en la gestión de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables con el fin de detectar fortalezas y debilidades internas de la misma, por cuanto su criterio y experiencia agrega valor a los objetivos de investigación planteados. A continuación se presenta el detalle de los entrevistados y la razón que justifica la ejecución de las entrevistas:

| <b>Tabla N° 17</b>                                |                                                                                         |                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>LISTA DE ENTREVISTADOS EN FASE CUALITATIVA</b> |                                                                                         |                                                                                                                                        |
|                                                   | <b>ENTREVISTADO (A)</b>                                                                 | <b>JUSTIFICATIVO</b>                                                                                                                   |
| 1                                                 | Ing. Paulina Cadena, Mtr.<br>DECANA DE LA FCAC<br>DE LA PUCE                            | Incidencia directa en la aprobación del proceso y gestión de la Coordinación del Extensión de la FCAC                                  |
| 2                                                 | Ing. Rodrigo Saltos, Mtr.<br>SUBDECANO DE LA<br>FCAC DE LA PUCE                         | Incidencia directa en la aprobación del proceso y gestión de la Coordinación del Extensión de la FCAC de manera conjunta con la Decana |
| 3                                                 | Ing. Mariano Merchán, Mtr.<br>EX - COORDINADOR DE<br>EXTENSIÓN DE LA<br>FCAC DE LA PUCE | Responsable de la Coordinación de Extensión de la FCAC durante el desde junio 2008 hasta diciembre 2009.                               |
| 4                                                 | Ing. Eduardo Portero<br>DOCENTE DE LA FCAC                                              | Ex Responsable de la Coordinación de Extensión de la FCAC de la PUCE                                                                   |
| 5                                                 | Dr. José Luis Cajigal<br>DOCENTE DE LA FCAC                                             | Ex Responsable de la Coordinación de Extensión de la FCAC de la PUCE                                                                   |
| 6                                                 | Ing. Iván Rueda, Mtr.<br>COORDINADOR DE<br>EXTENSIÓN DE LA<br>FCAC DE LA PUCE           | Responsable de la Coordinación de Extensión de la FCAC desde diciembre 2009.                                                           |

**Fuente:** Investigación de Mercado Fase Cualitativa

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

#### 2.4.1.4. Informe de Resultados

Sin duda en las entrevistas (Ver anexo 10) permiten obtener desde una perspectiva interna las fortalezas y debilidades de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables que influyen en la elaboración de programas de capacitación competitivos dentro del mercado. Las entrevistas realizadas permiten concluir lo siguiente:

- Todos concuerdan que la mayor fortaleza que posee la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables para ofertar sus cursos es el prestigio y reconocimiento que tiene la marca PUCE en el mercado educativo, y al contar los cursos con el aval y respaldo de la misma genera una ventaja competitiva sumamente decisiva en los clientes al momento de adquirir un curso de capacitación.
- La imagen que posee la marca PUCE se ha reforzado con la reciente acreditación realizada por el CONEA el 10 de noviembre del 2009 según el Mandato Constituyente 14, donde el informe final emitido ubica a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador en categoría A.
- Referente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE cabe recalcar que es la única Facultad de Administración de Empresas en el Ecuador que posee una

Certificación bajo la Norma ISO 9001-2000, lo cual asegura el cumplimiento de las normas de calidad y un mejoramiento continuo en sus procesos.

- Otra de las ventajas con que cuentan los programas de capacitación realizados por la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, es el cuerpo docente altamente capacitado y preparado en las diferentes áreas administrativas permitiendo crear una amplia variedad de programas de capacitación en Finanzas, Productividad, Marketing, Recursos Humanos y afines a las mismas.
- La infraestructura física tanto de la Facultad como de la Universidad juega un rol muy importante dentro de la planeación de los programas de capacitación ya que se garantiza un servicio completo en óptimas condiciones y de calidad con todos los recursos tecnológicos y físicos, ya que cuenta con seis aulas inteligentes debidamente equipadas con pizarrones touch screen, proyectores incorporados, 19 aulas computarizadas con pizarrones electrónicos, aulas en el centro de computo cargadas con herramientas informáticas aplicadas a la administración y 5 auditorios con tecnología de punta.

- Hablando geográficamente la PUCE se encuentra ubicada estratégicamente en el Centro norte de Quito considerándose un lugar muy accesible y céntrico.
- No obstante se encontraron debilidades una de las más evidentes es el problema que existe por la falta de comunicación y difusión de los programas de capacitación, tanto fuera y dentro de la PUCE se desconoce que la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE ofrece este servicio.
- Es esencial contar con una persona en la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables que actué como soporte administrativo y comercial, tal que permita el pleno desarrollo de las actividades relacionadas al cargo.
- De la misma manera se hace énfasis en que los programas de capacitación que se ofrece son bastante limitados no existe un portafolio amplio de productos para elección del cliente. Por lo que se recomienda desarrollar programas de capacitación preestablecidos con el fin de tener alternativas de promoción al igual ofrecer al segmento B2B programas ajustados a la medida y necesidades de las empresas.

## 2.4.2. Análisis Segmento B2C

### 2.4.2.1. Consideraciones Metodológicas

- **Metodología Cuantitativa:** Es la metodología de investigación que busca cuantificar los datos y, en general, aplicar alguna forma de análisis estadístico (MALHOTRA, 2004:137). A fin de obtener resultados sustentables se utilizó esta metodología, la cual permite conocer de manera porcentual los principales competidores del mercado, el posicionamiento e imagen de los institutos, la disposición de pago, las motivaciones y temáticas importantes en los entrevistados.
- **Diseño de la muestra.-** Considerando que se desconoce el marco muestral o población y siguiendo los objetivos de la investigación, se ha utilizado un muestreo no probabilístico por conveniencia, puesto que la elección de los encuestados depende del criterio o juicio personal del investigador, contrario al muestreo probabilístico en el cual todas las personas tienen la misma probabilidad de ser encuestados (MALHOTRA, 2004:137).
- Los resultados obtenidos a partir de este muestreo no pueden proyectarse a la población ni determinar el número de personas que asistirán a los programas de capacitación organizados por la

Coordinación de Extensión de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, sin embargo brindan valiosa información sobre disposición de pago, temas de interés y perfil del cliente.

- Para determinar la muestra de análisis se utilizó la fórmula estadística para poblaciones finitas<sup>21</sup> descrita a continuación:

$$n = \frac{z^2 \sigma^2 N}{e^2 (N-1) + z^2 \sigma^2}$$

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2 (N-1) + z^2 pq}$$

En donde:

$z$  = grado de confianza

$N$  = tamaño de la población o universo

$e$  = error permisible

$p$  = proporción de la muestra a favor (personas dispuestas a contratar un curso de capacitación en Administración o afines)

---

<sup>21</sup> Cfr. P. IDROBO e I. RUEDA. (sin año de publicación). *Administración de Operaciones*. Ecuador: Systemgráfico. p. 33.

$q = \text{proporción de la muestra en contra } (1 - p)$

La información utilizada en base a la fórmula estadística fue:

$$z = 1,96$$

$$N = 100.000$$

$$e = 0,05$$

$p = 0,80$  (valor obtenido durante el levantamiento de la prueba piloto, personas interesadas en adquirir el servicio)

$$q = 0,20$$

**$n = 243$  encuestas**

Se obtuvo una muestra de 243 encuestas o casos de investigación.

- **Perfil del entrevistado:** Hombres y mujeres interesados en recibir un curso de capacitación en el área de administración y afines, cuyo cargo actual esté relacionado dentro de este ámbito.
- **Levantamiento de la información:** estuvo a cargo de un equipo de estudiantes quienes fueron previamente entrenadas y se

realizó en centros de capacitación, ferias, centros comerciales, oficinas; lugares considerados por el alto flujo de personas.

**Tabla N° 18**  
**LUGARES SELECCIONADOS PARA LEVANTAMIENTO DE CAMPO**

| INSTITUCIÓN                       | DIRECCIÓN                                                                                    |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ) | Av. Amazonas y República, Edificio Las Cámaras                                               |
| CAPEIPI – ICAPI                   | Av. Amazonas y Atahualpa, Segundo Piso                                                       |
| E.S.P.E.                          | Av. Gral. Rumiñahui s/n Sangolquí – Ecuador                                                  |
| FLACSO                            | La Pradera E7-174 y Av. Diego de Almagro                                                     |
| SECAP                             | Av. 10 de Agosto N26-27 y Mosquera Narváez                                                   |
| TECNOLÓGICO DE MONTERREY          | Av. 6 de Diciembre N34-154 y El Batán                                                        |
| U. POLITÉCNICA NACIONAL (CEC)     | Campus "José Rubén Orellana", Ladrón de Guevara E11-253. Edificio Ingeniería Civil, 5to piso |
| FUNDACIÓN CICERÓN - USFQ          | Diego de Robles y Vía Interoceánica                                                          |
| UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR   | Av. América s/n y ciudadela                                                                  |
| UDLA                              | Avenida de los Granados y Colimes                                                            |
| UTE                               | Bourgeois N34-102 y Rumipamba                                                                |
| UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA | Avenida 12 de Octubre 1436 y Wilson                                                          |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

- **Instrumento de Investigación:** Se desarrolló un primer cuestionario y para comprobar la comprensión del mismo tanto para el encuestado así como para las encuestadoras se realizó una prueba piloto de 30 encuestas. (Ver Anexo 11).

- Se utilizaron tarjetas de ayuda visual para facilitar la recolección de la información. (Ver Anexo 12).
- Después de la aplicación del cuestionario se realizó una importante reestructuración considerando el nivel de comprensión del cuestionario y con el fin de que el flujo de las preguntas sea más dinámico en el momento del levantamiento de la información. Los cambios realizados se detallan a continuación.

| <b>Tabla N° 19<br/>CAMBIOS REALIZADOS EN BASE A ENCUESTA<br/>PILOTO</b>                                                               |                            |                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------|
| <b>Pregunta</b>                                                                                                                       | <b>Cuestionario Piloto</b> | <b>Cuestionario Final</b> |
| Por favor dígame. Usted...<br>(trabajo propio o en dependencia)                                                                       | P18                        | P2                        |
| ¿En qué área trabaja actualmente?                                                                                                     | P19                        | P3                        |
| ¿Cuál es el TEMA ESPECÍFICO en el cual desearía capacitarse?                                                                          | P20                        | P4                        |
| ¿Cuál es el número aproximado de horas de los cursos de capacitación a los cuales ha asistido? (De un aproximado del número de horas) | Se eliminó                 |                           |
| ¿Y cuánto pagó por este curso?                                                                                                        | Se eliminó                 |                           |
| ¿En qué empresa ha recibido capacitación durante el último año? (MOSTRAR TARJETA 1) (RM)                                              | Se eliminó                 |                           |
| ¿En qué empresa ha recibido un curso de capacitación y no volvería a contratar el servicio?                                           | Se eliminó                 |                           |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

La versión final del cuestionario utilizado para el levantamiento de campo en el Segmento B2C se encuentra en el Anexo 13.

#### 2.4.2.2. Resultados Obtenidos

Una vez que se han procesados los resultados podemos determinar el perfil de los clientes de cursos de capacitación, conocer sus hábitos de compra y sus principales intereses. A continuación se presentan una síntesis de los resultados en base a gráficos y tablas. Las tablas indican la frecuencia absoluta, es decir el número de respuestas obtenidas en cada alternativa; y la frecuencia relativa, es decir el valor porcentual en relación al total de entrevistados (247).

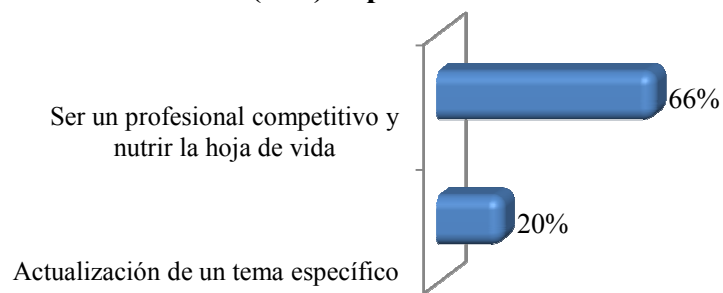
De igual manera se ha incluido la pregunta textual utilizada en el cuestionario, aclarando si es de opción única o múltiple. El cuestionario contenía preguntas abiertas (espontáneas) y cerradas (inducidas); en el caso de estas últimas las opciones fueron pre-codificadas, y durante el levantamiento de la información se leyeron las alternativas o a su vez utilizó una tarjeta de ayuda visual para el encuestado; de tal manera que cada gráfico indica si la pregunta es espontánea o inducida.

Después de la presentación de cada gráfico se realiza un breve análisis del mismo.

### Motivación y Áreas de Interés

Es importante considerar las razones que motivan a los entrevistados a recibir un curso de capacitación.

**Gráfico N° 24**  
**RAZONES DE MOTIVACION**  
**¿Cuáles son las principales razones que le motivan a contratar cursos de capacitación?**  
**(RM) Espontánea**



**Tabla N° 20**  
**RAZONES DE MOTIVACIÓN**

|                                                         | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| Ser un profesional competitivo y nutrir la hoja de vida | 205                 | 83%                 |
| Actualización de un tema específico                     | 60                  | 24%                 |
| Mejorar la gestión empresarial dentro del negocio       | 7                   | 3%                  |
| Desarrollar de habilidades y destrezas                  | 5                   | 2%                  |
| Requisito profesional/ obligación                       | 2                   | 1%                  |
| <b>Total respuestas obtenidas</b>                       | <b>279</b>          |                     |

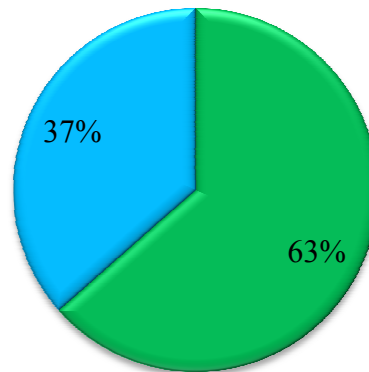
Base: Total Entrevistados - 247

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El 83% de la gente toma un curso de capacitación para ser un profesional competitivo y de esta manera obtener un ascenso dentro de la empresa, por ende esto le permitirá crecimiento personal.

**Gráfico N° 25**  
**TIPO DE CURSO**  
**Usted preferiría preferiría un curso...**  
**(RU) Inducida**

- Sobre un tema nuevo
- De actualización sobre un tema conocido



**Tabla N° 21**  
**TIPO DE CURSO**

|                                              | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
|----------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Curso sobre un tema nuevo                    | 185                        | 76%                        |
| Cuso de actualización sobre un tema conocido | 108                        | 44%                        |
| <b>Total respuestas obtenidas</b>            | <b>293</b>                 |                            |

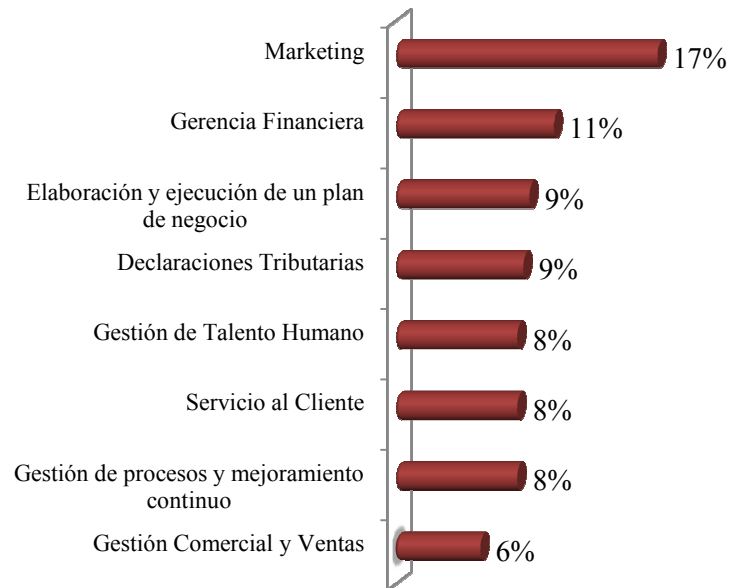
Base: Total Entrevistados - 247

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Al 76% de las personas le parece atractiva la idea de recibir un curso sobre un tema nuevo para desarrollar habilidades.

**Gráfico N° 26**  
**TEMATICAS DE CAPACITACIÓN**  
**¿Cuál es el tema específicos en el cual desearía capacitarse? (RM) Espontánea**



**Tabla N° 22**  
**TEMÁTICAS DE CAPACITACIÓN**

|                                                          | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
|----------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Marketing                                                | 43                         | 17%                        |
| Gerencia Financiera                                      | 26                         | 11%                        |
| Elaboración y ejecución de un plan de negocio            | 22                         | 9%                         |
| Declaraciones Tributarias                                | 21                         | 9%                         |
| Gestión de procesos y mejoramiento continuo              | 20                         | 8%                         |
| Servicio al Cliente                                      | 20                         | 8%                         |
| Gestión de Talento Humano                                | 20                         | 8%                         |
| Gestión Comercial y Ventas                               | 14                         | 6%                         |
| Comercio Exterior e Importaciones                        | 10                         | 4%                         |
| Planificación Estratégica                                | 10                         | 4%                         |
| Contabilidad                                             | 9                          | 4%                         |
| Gestión de procesos productivos                          | 9                          | 4%                         |
| Publicidad                                               | 7                          | 3%                         |
| Normas Internacionales de Información Financiera - NIIFs | 7                          | 3%                         |
| Planificación y Ejecución de Proyectos                   | 7                          | 3%                         |
| <b>Total respuestas</b>                                  | <b>290</b>                 |                            |

Base: Total Entrevistados - 247

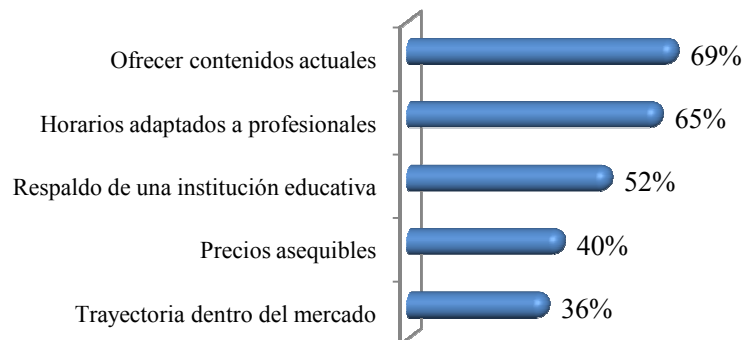
Fuente: Investigación de Mercado Segmento B2C

Elaborado por: Cristina Torres y Verónica Villagrán

Al 17% de entrevistados les interesa recibir capacitación en temas afines a Marketing, seguidos por un 11% que prefieren temas relacionados con Gerencia Financiera. Información clave para seleccionar y desarrollar los temas de los programas que se ofertarán.

### *Beneficios Buscados*

**Gráfico N° 27**  
**ATRIBUTOS BUSCADOS**  
**De la siguiente lista de atributos ¿Cuáles son los atributos más importantes que debe tener un centro de capacitación? (RM) Inducida**



| <b>Tabla N° 23</b>                    |                            |                            |
|---------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <b>ATRIBUTOS BUSCADOS</b>             |                            |                            |
|                                       | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
| Ofrecer contenidos actuales           | 170                        | 69%                        |
| Horarios adaptados a profesionales    | 160                        | 65%                        |
| Respaldo de una institución educativa | 128                        | 52%                        |
| Precios asequibles                    | 98                         | 40%                        |
| Trayectoria dentro del mercado        | 88                         | 36%                        |
| <b>Total respuestas obtenidas</b>     | <b>644</b>                 |                            |

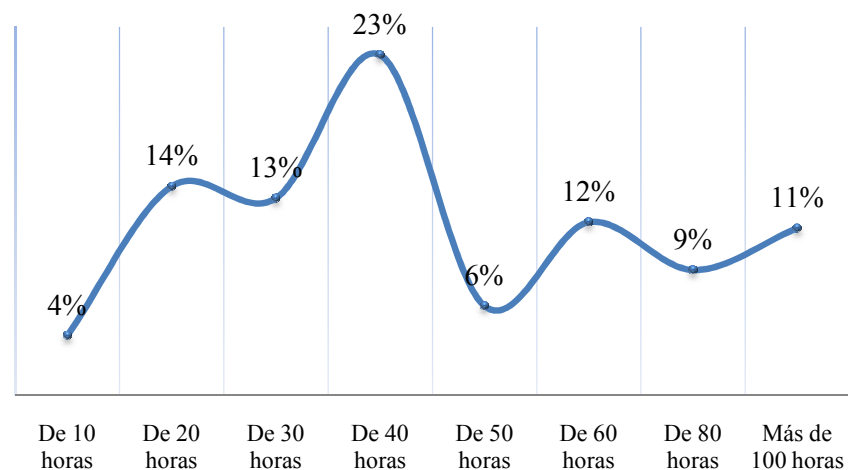
Base: Total Entrevistados - 247

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El principal beneficio esperado es “Ofrecer contenidos actuales” lo cual corrobora la preferencia en recibir un curso de capacitación sobre un tema nuevo, también cobra gran importancia los horarios adaptados a profesionales que a su vez permite comprender el perfil del cliente potencial y en tercer lugar se encuentra el respaldo de una institución educativa que es una fortaleza destacada previamente en el análisis cualitativo. Estos son atributos diferenciadores que permiten escoger el servicio de un instituto de capacitación en relación de otro, es decir las personas escogerán un instituto de capacitación que cumpla de la mejor manera con estos atributos.

**Gráfico N° 28**  
**DURACIÓN DE PROGRAMA DE**  
**CAPACITACIÓN**  
**En su consideración ¿Cuánto debería durar un**  
**curso a fin de que el contenido sea valorado dentro**  
**del mercado laboral? (RU) Inducida**



**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

| <b>Tabla N° 24</b>                          |                            |                            |
|---------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <b>DURACIÓN DE PROGRAMA DE CAPACITACIÓN</b> |                            |                            |
|                                             | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
| De 10 horas                                 | 10                         | 4%                         |
| De 20 horas                                 | 35                         | 14%                        |
| De 30 horas                                 | 33                         | 13%                        |
| De 40 horas                                 | 57                         | 23%                        |
| De 50 horas                                 | 15                         | 6%                         |
| De 60 horas                                 | 29                         | 12%                        |
| De 70 horas                                 | 7                          | 3%                         |
| De 80 horas                                 | 21                         | 9%                         |
| De 90 horas                                 | 4                          | 2%                         |
| <b>Total respuestas obtenidas</b>           | <b>247</b>                 |                            |

Base: Total Entrevistados - 247

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Para el 23% de los entrevistados un curso debería tener una duración de 40 horas para que el contenido sea valorado dentro del mercado laboral. Luego, al preguntar cuánto estarían dispuestos a pagar por un curso de esa duración, se obtuvieron las siguientes respuestas:

| <b>Tabla N° 25</b>                                                                      |                        |                         |                         |                         |                         |                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>INTENCIÓN DE PAGO</b>                                                                |                        |                         |                         |                         |                         |                         |
| <b>¿Y cuánto estaría dispuesto a pagar por un curso de esta duración? (RU) Inducida</b> |                        |                         |                         |                         |                         |                         |
|                                                                                         | <b>De \$50 a \$100</b> | <b>De \$151 a \$200</b> | <b>De \$201 a \$250</b> | <b>De \$251 a \$300</b> | <b>De \$451 a \$500</b> | <b>De \$351 a \$400</b> |
| De 8 horas                                                                              | 3%                     | 2%                      |                         |                         |                         |                         |
| De 10 horas                                                                             | 9%                     | 2%                      | 3%                      |                         | 6%                      |                         |
| De 20 horas                                                                             | 20%                    | 14%                     | 18%                     | 14%                     | 19%                     | 8%                      |
| De 30 horas                                                                             | 12%                    | 14%                     | 12%                     | 14%                     | 13%                     |                         |
| De 40 horas                                                                             | 26%                    | 30%                     | 24%                     | 32%                     | 13%                     | 17%                     |
| De 50 horas                                                                             | 8%                     | 5%                      | 9%                      | 4%                      | 6%                      | 8%                      |
| De 60 horas                                                                             | 5%                     | 16%                     | 15%                     | 14%                     | 19%                     | 8%                      |
| De 70 horas                                                                             | 2%                     | 7%                      | 3%                      | 4%                      |                         |                         |
| De 80 horas                                                                             | 2%                     | 7%                      | 3%                      | 4%                      | 6%                      | 42%                     |
| De 90 horas                                                                             | 3%                     |                         |                         |                         | 6%                      |                         |
| Más de 100 horas                                                                        | 12%                    | 5%                      | 12%                     | 14%                     | 13%                     | 17%                     |
| Total casos                                                                             | 66                     | 44                      | 33                      | 28                      | 16                      | 12                      |

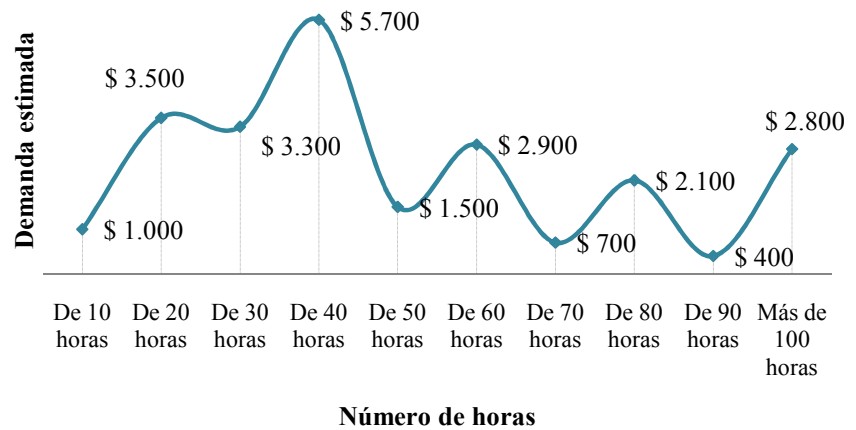
Base: Total Entrevistados - 247

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Para que el valor de un curso de capacitación sea aceptado, el precio debería estimarse entre un rango de \$ 150 a \$ 250.

**Gráfico N° 29**  
**SIMULACIÓN DE DEMANDA**



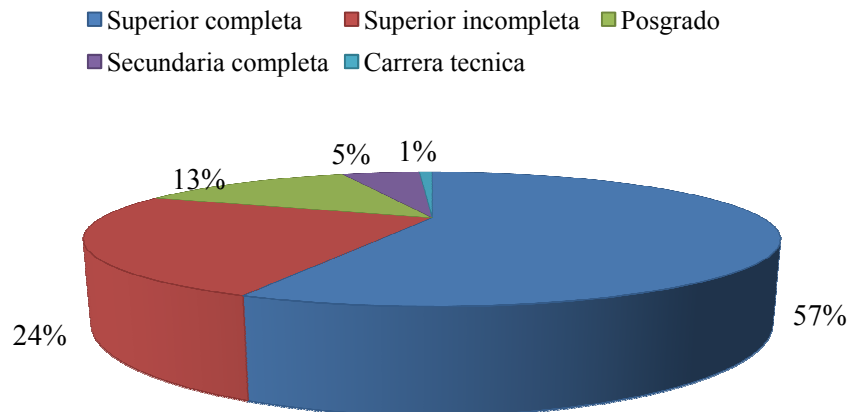
**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Al realizar una simulación de demanda, se verifica que el número aceptado de horas por los entrevistados es de 40 y a su vez esto generaría un mayor ingreso.

#### *Perfil del Entrevistado*

El 74% de los entrevistados trabajan en relación de dependencia y el 26% tiene negocio propio. A continuación se presentan variables demográficas de los entrevistados.

**Gráfico N° 30**  
**NIVEL DE EDUCACIÓN**

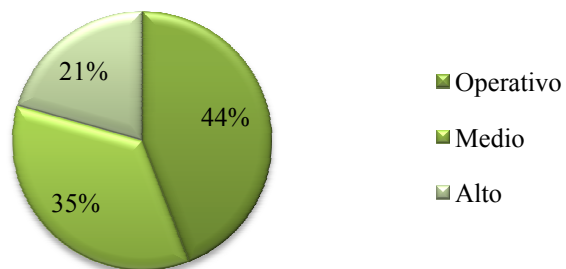


**Tabla N° 26**  
**NIVEL DE EDUCACIÓN**

|                            | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|----------------------------|---------------------|---------------------|
| Superior completa          | 140                 | 57%                 |
| Superior incompleta        | 60                  | 24%                 |
| Posgrado                   | 33                  | 13%                 |
| Secundaria completa        | 12                  | 5%                  |
| Carrera técnica            | 2                   | 1%                  |
| <b>Total entrevistados</b> | <b>247</b>          |                     |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Gráfico N° 31**  
**CARGO ACTUAL**



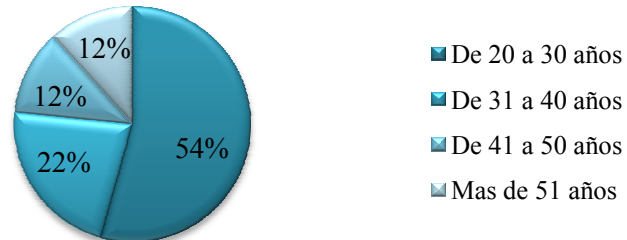
**Tabla N° 27**  
**CARGO ACTUAL**

|              | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Operativo    | 109                 | 44%                 |
| Medio        | 87                  | 35%                 |
| Alto         | 51                  | 21%                 |
| <b>Total</b> | <b>247</b>          |                     |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

- *Cargos Altos*: Nivel de gerencia
- *Cargos Medios*: Nivel de jefaturas y direcciones departamentales.
- *Cargos Operativos*: Asistentes / personal administrativo y operativo.

**Gráfico N° 32**  
**EDAD**



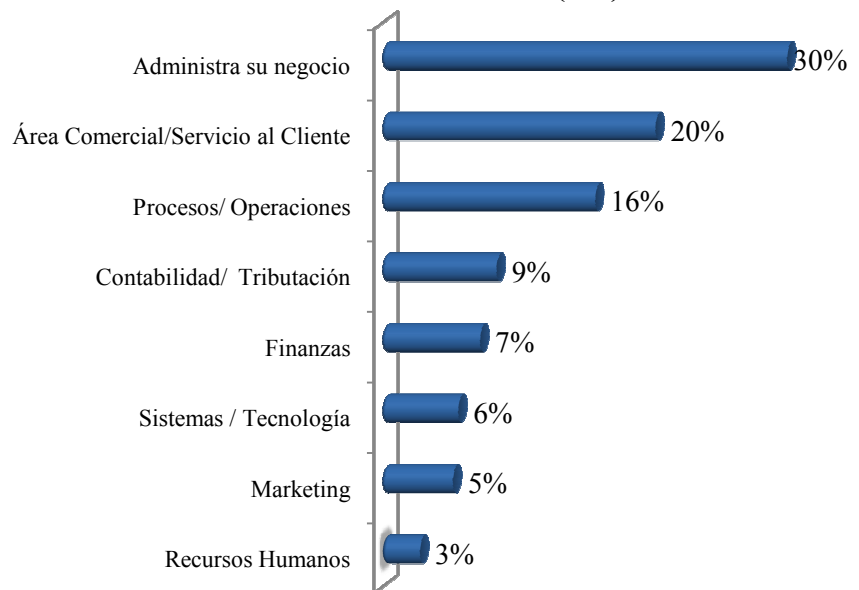
**Tabla N° 28**  
**EDAD**

|                            | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|----------------------------|---------------------|---------------------|
| De 20 a 30 años            | 133                 | 54%                 |
| De 31 a 40 años            | 54                  | 22%                 |
| De 41 a 50 años            | 30                  | 12%                 |
| Más de 51 años             | 30                  | 12%                 |
| <b>Total entrevistados</b> | <b>247</b>          |                     |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Gráfico N° 33**  
**AREA ADMINISTRATIVA DONDE TRABAJA ACTUALMENTE (RU)**



**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

| <b>Tabla N° 29</b>                                   |                     |                     |
|------------------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| <b>ÁREA ADMINISTRATIVA DONDE TRABAJA ACTUALMENTE</b> |                     |                     |
|                                                      | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
| Administra su negocio                                | 74                  | 30%                 |
| Área Comercial/Servicio al Cliente                   | 50                  | 20%                 |
| Procesos/ Operaciones                                | 39                  | 16%                 |
| Contabilidad/ Tributación                            | 21                  | 9%                  |
| Finanzas                                             | 18                  | 7%                  |
| Sistemas / Tecnología                                | 14                  | 6%                  |
| Marketing                                            | 13                  | 5%                  |
| Recursos Humanos                                     | 7                   | 3%                  |
| Jurídica - Penal                                     | 5                   | 2%                  |
| Técnica                                              | 3                   |                     |
| Calidad Total/ Mejoramiento                          | 2                   |                     |
| Comunicación                                         | 1                   |                     |
| <b>Total respuestas obtenidas</b>                    | <b>247</b>          |                     |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

### *Conocimiento*

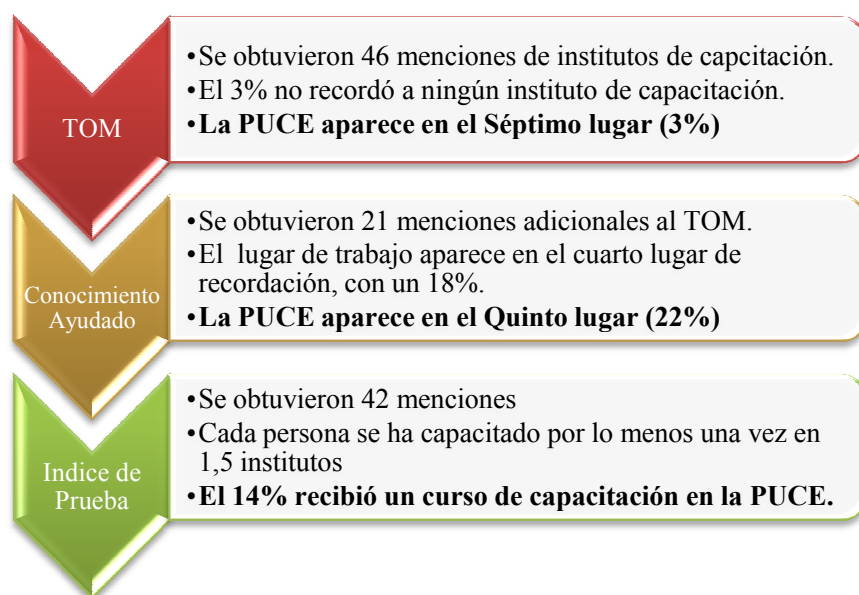
Existen algunos índices de conocimiento y prueba que permiten evaluar los institutos de capacitación considerados por los clientes a fin de cubrir esta necesidad, se utilizaron tres índices dentro de la Investigación.

- TOM.- Top of Mind.- es la primera mención en la mente del consumidor, se evaluó a través de la pregunta: ¿Qué nombre es el primero que recuerda/ el primero que viene a su mente cuando escucha Centros de Capacitación (Ya sean universidades o institutos particulares)?

- Recordación Ayudada.- a través de una pregunta se insiste a las personas para que nombren otros institutos de capacitación, se evaluó a través de la pregunta: ¿Cuál otro? ¿Alguno más?
- Índice de Prueba.- permite determinar las empresas en las cuales los entrevistados han recibido por lo menos una vez un curso de capacitación, se utilizó la siguiente pregunta: ¿En qué instituto ha recibido cursos de capacitación por lo menos una vez?

Se obtuvieron gran cantidad de instituciones de capacitación de acuerdo al gráfico N° 35, sin embargo se realizó el análisis de aquellos centros de capacitación que representan una competencia directa para la PUCE.

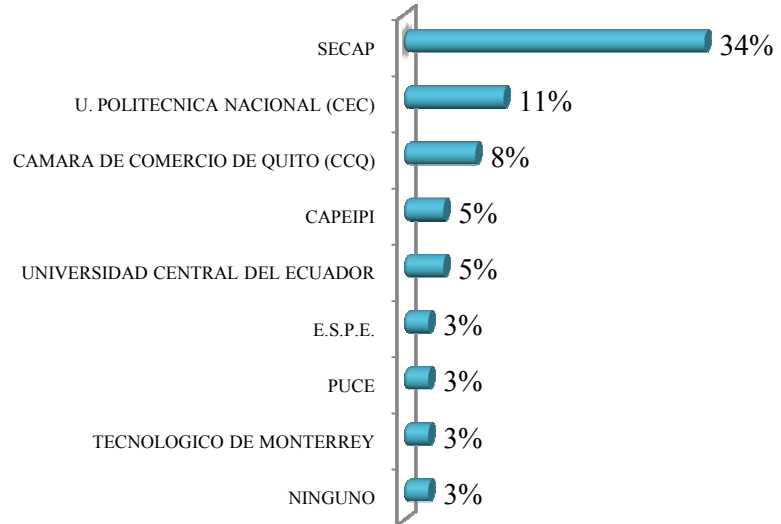
### Gráfico N° 34 CONOCIMIENTO GENERAL DE CENTROS DE CAPACITACIÓN



**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Gráfico N° 35**  
**TOM**  
**¿Qué nombre es el primero que recuerda/ el primero que viene a su mente cuando escucha Centros de Capacitación?**



**Tabla N° 30**  
**TOM**

|                                              | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
|----------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| SECAP                                        | 84                         | 34%                        |
| CEC (ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL)           | 28                         | 11%                        |
| CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ)            | 20                         | 8%                         |
| CAPEIPI                                      | 11                         | 5%                         |
| UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR              | 11                         | 5%                         |
| E.S.P.E.                                     | 7                          | 3%                         |
| PUCE                                         | 7                          | 3%                         |
| TECNOLÓGICO DE MONTERREY                     | 7                          | 3%                         |
| NINGUNO                                      | 7                          | 3%                         |
| FUNDACIÓN CICERÓN (USFQ)                     | 6                          | 2%                         |
| CAPACITACIÓN RECIBIDA EN EL LUGAR DE TRABAJO | 6                          | 2%                         |
| FLACSO                                       | 5                          | 2%                         |
| U.T.E.                                       | 3                          |                            |
| TEAM BUILDERS PROGRAM                        | 3                          |                            |

**Total respuestas obtenidas**

**222**

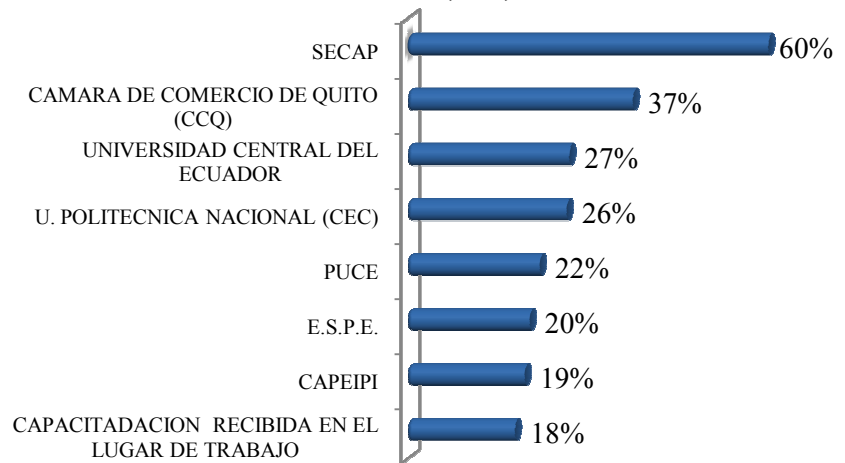
Base: Total Entrevistados - 247

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Con el 34% el SECAP es el instituto de servicio de capacitación más recordado por los entrevistados mientras que la PUCE se encuentra en séptimo lugar con el 3%.

**Gráfico N° 36**  
**CONOCIMIENTO AYUDADO**  
**(Adicional a los mencionados en el ÍndiceTOM)**  
**¿Cuál otro? ¿Alguno más?**  
**Inducido (RM)**



**Tabla N° 31**  
**CONOCIMIENTO AYUDADO**

|                                              | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|----------------------------------------------|---------------------|---------------------|
| SECAP                                        | 147                 | 60%                 |
| CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ)            | 92                  | 37%                 |
| UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR              | 66                  | 27%                 |
| U. POLITÉCNICA NACIONAL (CEC)                | 65                  | 26%                 |
| PUCE                                         | 54                  | 22%                 |
| E.S.P.E.                                     | 50                  | 20%                 |
| CAPEIPI                                      | 48                  | 19%                 |
| CAPACITACIÓN RECIBIDA EN EL LUGAR DE TRABAJO | 44                  | 18%                 |
| FLACSO                                       | 34                  | 14%                 |
| CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN)        | 33                  | 13%                 |
| U. SAN FRANCISCO QUITO (FUNDACIÓN CICERÓN)   | 30                  | 12%                 |
| U.T.E.                                       | 23                  | 9%                  |
| TECNOLÓGICO DE MONTERREY                     | 21                  | 9%                  |

**Total respuestas obtenidas**

**707**

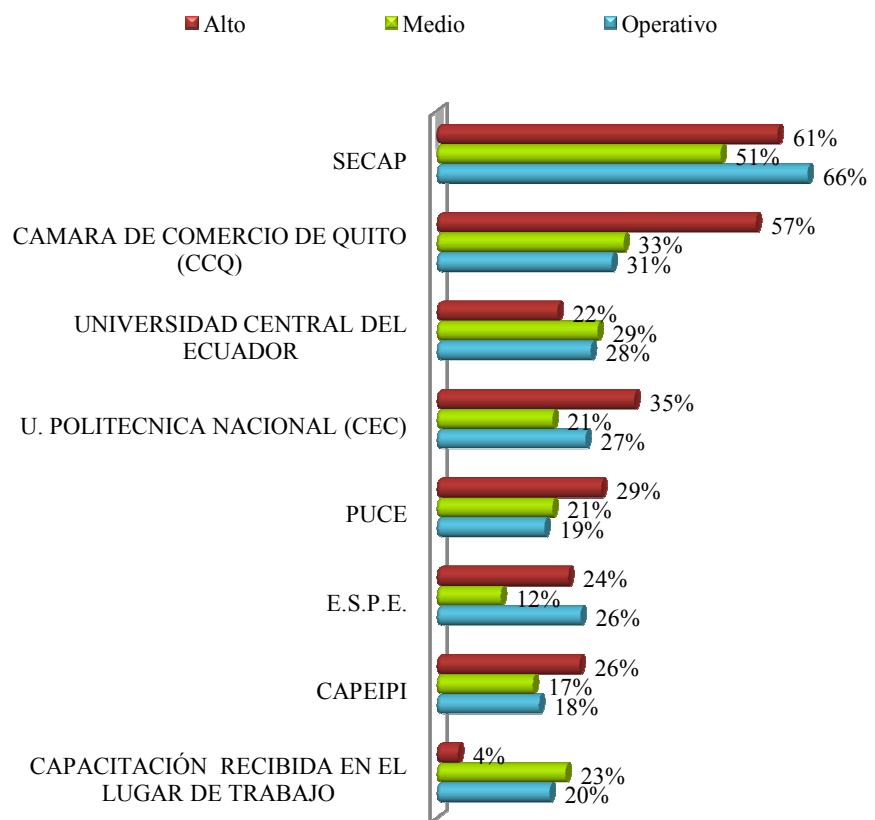
Base: Total Entrevistados - 247

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

La PUCE ocupa el séptimo lugar en el índice TOM, con un 3% de recordación en el índice TOM, y sube al quinto lugar cuando se insiste al entrevistado sobre otras instituciones mencionadas en el índice TOM.

**Gráfico N° 37**  
**CONOCIMIENTO AYUDADO POR CARGO**  
**¿Cuál otro? ¿Alguno más?**  
**(Adicional a los mencionados en el Índice TOM)**



Base: Total Entrevistados - 247

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Las personas que han culminado sus estudios secundarios y aquellas que tienen carrera técnica tienen un nivel de recordación más alto respecto al SECAP, con un 50% en ambos casos. Mientras que la

Universidad Politécnica Nacional a través de su Centro de Educación Continua CEC tiene mayor recordación en personas que han culminado sus estudios de tercer y cuarto nivel. Al analizar el índice TOM podemos destacar que 2 de los primeros 5 lugares los ocupan instituciones educativas, la Escuela Politécnica Nacional y la Universidad Central del Ecuador.

*Análisis del Servicio de Capacitación*

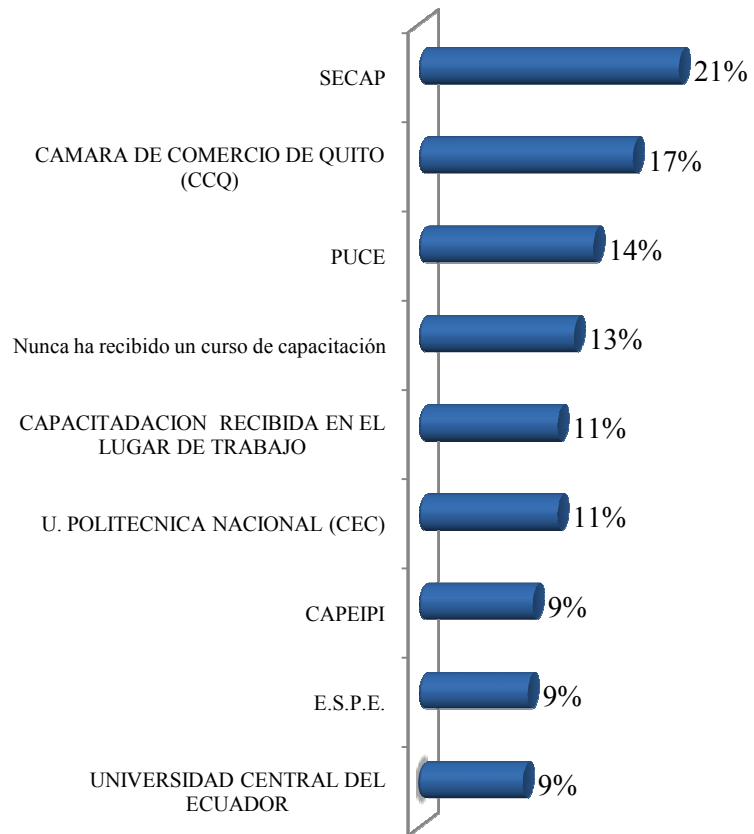
**Tabla N° 32**  
**ANÁLISIS DEL SERVICIO DE CAPACITACIÓN**



**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El 13% de los entrevistados no ha recibido capacitación, y quienes se han capacitado, es decir el 87%, lo han hecho en los institutos que se encuentran en el gráfico N° 38. El nivel de Satisfacción consolida las calificaciones obtenidas entre 4 (Satisfecho) y 5 (Totalmente Satisfecho); y el de Insatisfacción las menciones a partir del índice 3.

**Gráfico N° 38**  
**CURSO DE CAPACITACIÓN RECIBIDO**  
**ALGUNA VEZ**  
**¿En qué empresas ha recibido cursos de**  
**capacitación por lo menos una vez? Inducida**  
**(RM)**

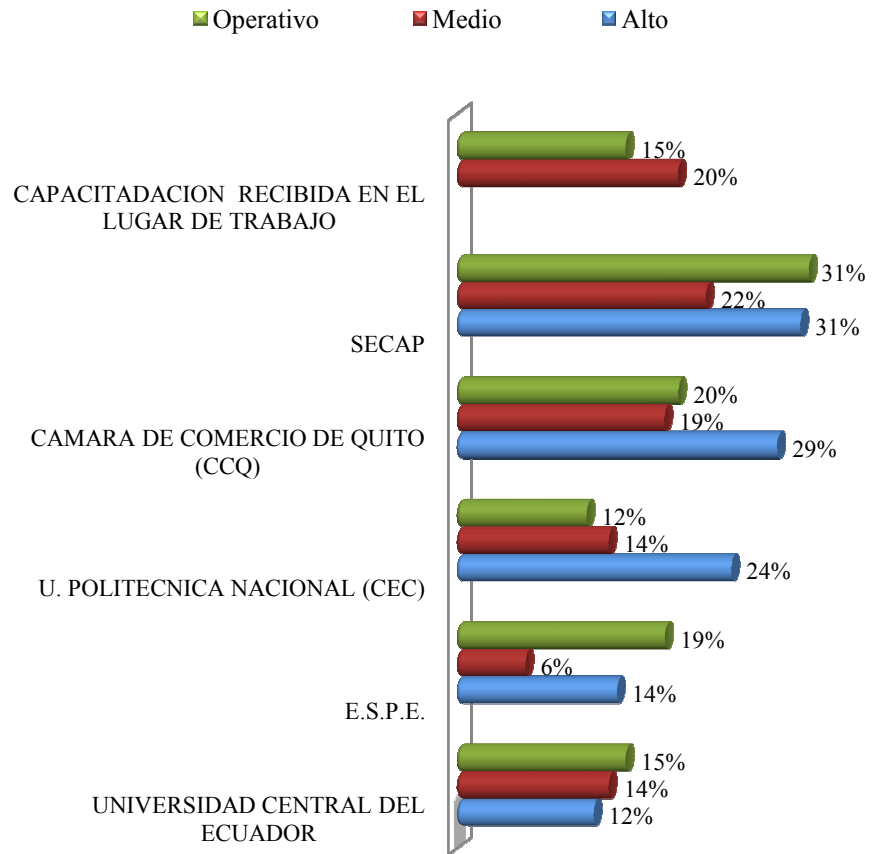


Base: Total Entrevistados - 247

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Gráfico N° 39**  
**CURSO DE CAPACITACIÓN RECIBIDO**  
**ALGUNA VEZ POR CARGO**  
**(RM)**



**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El cargo alto está definido por personas que tienen negocio propio y cargos a nivel gerencial dentro de empresas, quienes declaran haber recibido capacitación en el SECAP, así como en la Cámara de Comercio y en la Politécnica Nacional. Las personas que ocupan un cargo de nivel medio dentro de las empresas, han recibido capacitación en el SECAP y en su lugar de trabajo, en cuanto a las personas de nivel operativo han recibido cursos de capacitación en el SECAP y en la ESPE.

| <b>TABLA N° 33</b><br><b>NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CURSO RECIBIDO</b><br><b>¿Qué tan satisfecho está con el servicio recibido?</b><br><b>Por favor califique en una a una escala del 1 al 5, en donde</b><br><b>“1” es nada satisfecho y “5” es totalmente satisfecho</b> |                                              |                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Empresa</b>                               | <b>Satisfacción (Promedio)</b> |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                         | TECNOLÓGICO DE MONTERREY                     | 4,67                           |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                         | CONQUITO (MUNICIPIO DE QUITO)                | 4,38                           |
| 3                                                                                                                                                                                                                                                                         | FLACSO                                       | 4,29                           |
| 4                                                                                                                                                                                                                                                                         | CAPACITACIÓN RECIBIDA EN EL LUGAR DE TRABAJO | 4,29                           |
| 5                                                                                                                                                                                                                                                                         | PUCE                                         | 4,26                           |
| 6                                                                                                                                                                                                                                                                         | CAPEIPI                                      | 4,22                           |
| 7                                                                                                                                                                                                                                                                         | SECAP                                        | 4,21                           |
| 8                                                                                                                                                                                                                                                                         | FUNDACIÓN CICERÓN - USFQ                     | 4,11                           |
| 9                                                                                                                                                                                                                                                                         | E.S.P.E.                                     | 4,09                           |
| 10                                                                                                                                                                                                                                                                        | CEC – UNIVERSIDAD POLITÉCNICA NACIONAL       | 4,07                           |
| 11                                                                                                                                                                                                                                                                        | CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ)            | 4,07                           |
| 12                                                                                                                                                                                                                                                                        | U.T.E.                                       | 4,00                           |
| 13                                                                                                                                                                                                                                                                        | UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR              | 4,00                           |

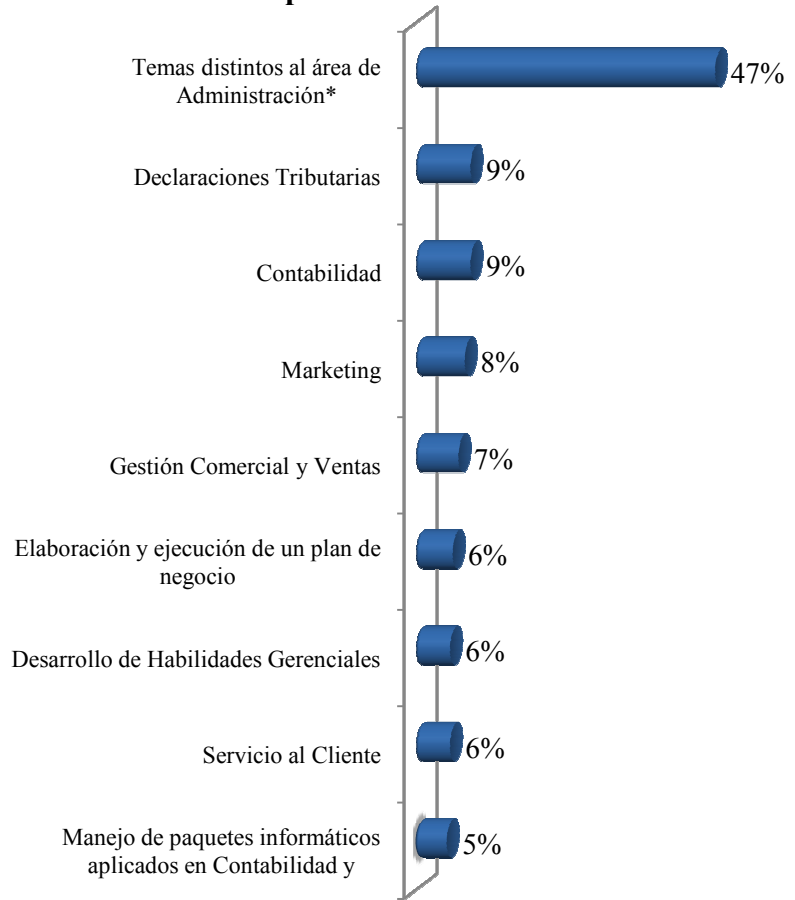
Base: Total Entrevistados - 247

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El promedio general de satisfacción es de 4,20 y la PUCE ocupa el quinto lugar en el ranking correspondiente a nivel de satisfacción.

**GRAFICO N° 40**  
**TEMA DE CAPACITACIÓN RECIBIDO**  
**¿Cuál fue el tema tratado en el curso de capacitación?**



\* Los temas que no se consideraron dentro del área administrativa y se contemplan dentro de este grupo son los siguientes:

|                                         |                               |                                                |                                    |
|-----------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------------|
| Idiomas                                 | Medicina                      | Espectrometría de masas                        | Comercio Exterior y Aranceles      |
| Psicología Industrial                   | Diseño Gráfico                | Metalúrgica                                    | Investigación de Radio frecuencias |
| Psicología Industrial                   | Contratación Pública          | Prevención de Incendios y Manejo de Siniestros | Sistemas                           |
| Mantenimiento de Equipos de Computación | Economía                      | Turismo                                        | Autocad                            |
| Instrumentación                         | Programación y Automatización | Manualidades                                   | Temas de motivación personal       |
| Gestión de Control Gubernamental        | Enología                      | Producción Agropecuaria                        | Derecho Penal                      |

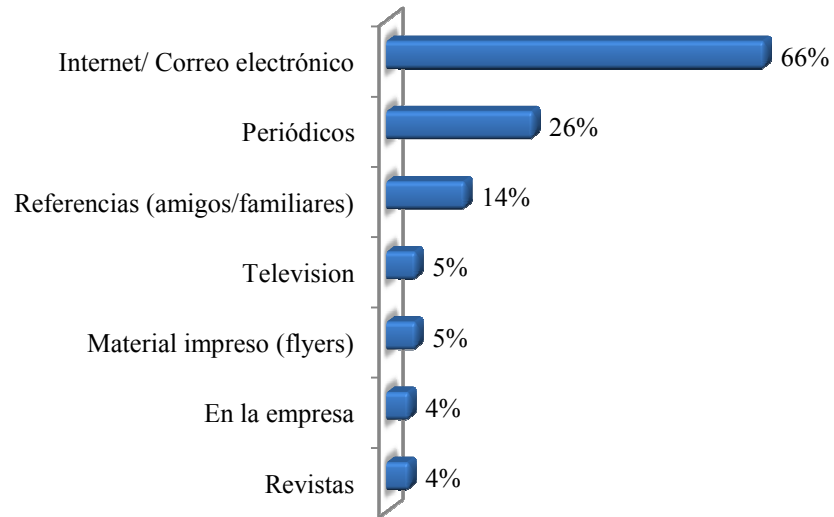
Base: Entrevistados que han recibido cursos de capacitación – 216

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

*Medios de Comunicación*

**Gráfico N° 41**  
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS**  
**¿A través de qué medio de comunicación conoce sobre nuevos cursos de capacitación?**



| <b>Tabla N° 34</b>                       |                            |                            |
|------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS</b> |                            |                            |
|                                          | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
| Internet/ Correo electrónico             | 162                        | 66%                        |
| Periódicos                               | 63                         | 26%                        |
| Referencias (amigos/familiares)          | 34                         | 14%                        |
| Material impreso (flyers)                | 13                         | 5%                         |
| Televisión                               | 13                         | 5%                         |
| Revistas                                 | 10                         | 4%                         |
| En la empresa                            | 10                         | 4%                         |
| Radio                                    | 7                          | 3%                         |
| Cartelera de la universidad              | 4                          | 2%                         |
| Eventos- Ferias                          | 3                          | 1%                         |
| Ninguno                                  |                            | ,4%                        |
| Ns/Nr                                    |                            | ,4%                        |
| <b>Total respuestas obtenidas</b>        | <b>319</b>                 |                            |

Base: Entrevistados que han recibido cursos de capacitación - 216

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

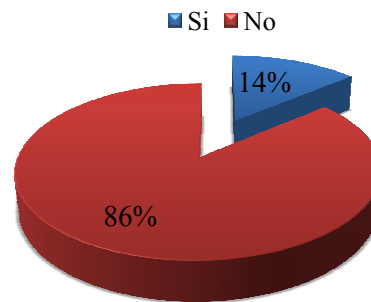
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El 66 % de los entrevistados han conocido de los programas de capacitación que ofrecen los institutos e instituciones públicas y

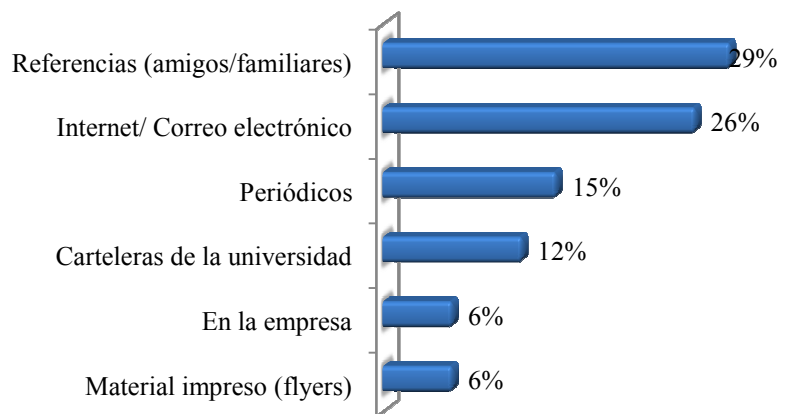
privadas mediante comunicados y publicidad enviada por internet y correos electrónicos.

*Específico de la PUCE*

**Gráfico N° 42**  
**CAPACITACIÓN RECIBIDA EN LA PUCE**



**Gráfico N° 43**  
**MEDIOS DE COMUNICACION PARA CONOCER PROGRAMAS DE LA PUCE**  
**A través de qué medio de comunicación conoció de los cursos de capacitación que ofrece la PUCE?**

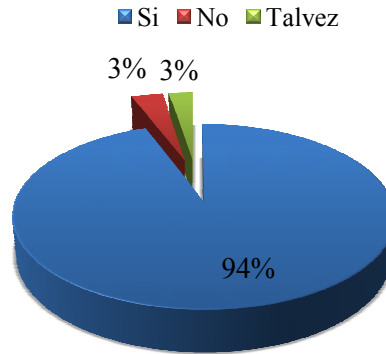


Base: Entrevistados que han recibido cursos de capacitación - 216

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Gráfico N° 44**  
**INTENCIÓN DE CAPACITACIÓN EN LA PUCE**  
**¿Asistiría nuevamente / asistiría a un curso de**  
**capacitación organizado por la Facultad de Ciencias**  
**Administrativas y Contables de la PUCE?**



| <b>Tabla N° 35</b>                          |                            |                            |
|---------------------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <b>INTENCIÓN DE CAPACITACIÓN EN LA PUCE</b> |                            |                            |
|                                             | <b>Frecuencia Absoluta</b> | <b>Frecuencia Relativa</b> |
| Si                                          | 233                        | 94%                        |
| No                                          | 8                          | 3%                         |
| Talvez                                      | 6                          | 2%                         |

Base: Total Entrevistados - 247

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

De 247 entrevistados solamente 34 han recibido cursos de capacitación en la PUCE, los mismos que conocieron de dichos programas a través de anuncios realizados en internet y por referencias de amigos o familiares. Sin embargo, se preguntó si después de la experiencia que tuvieron accederían a tomar otro curso en la PUCE y el 94% respondió que si lo haría. Lo cual refleja la buena aceptación que han tenido los cursos ofertados por la PUCE.

### 2.4.2.3. Informe de Resultados

Los resultados que expulso la Investigación a nivel B2C revela información muy valiosa en diferentes ámbitos como:

- Características del perfil del entrevistado
- Intereses y necesidades de clientes potenciales
- La competencia
- Desempeño de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE dentro del sector de la capacitación

El perfil de los entrevistados estaba contemplado en base a las siguientes características: personas que trabajan bajo relación de dependencia (74%), y personas que tienen su empresa o negocio propio (26%).

En cuanto al nivel de educación, el 57% de los entrevistados había culminado sus estudios de educación superior y un 13 % estudio postgrado. Sin embargo, la mayoría de respondientes ocupan puestos de nivel medio y operativo, y son ellos quienes más acceden al servicio de capacitación.

El 83% indica que la razón más importante por la que contratan un programa de capacitación es *por ser profesionales más competitivos adquiriendo mayor conocimiento en determinado tema*, y de manera reiterativa el 76% prefiere temas nuevos. A medida que avanzó la investigación se determinó los temas de interés en cuanto a los programas de capacitación, el 17% declara tener mayor interés en Marketing y el 11% en Gerencia Financiera, factores que deben considerarse en el desarrollo estratégico del producto, elaborando temas afines a dichas áreas.

En cuanto a los atributos determinantes al momento de la compra de un programa de capacitación, la investigación reveló que un 69% busca contenidos actuales de los programas, el 65% considera que los horarios deben ser accesibles y ajustados a profesionales y finalmente el tercer factor con un 52% lo ocupa el aval y respaldo que una institución educativa puede ofrecer.

El 23% de los entrevistados indica que la duración de un curso debe ser de 40 horas para que se considere válido dentro del ámbito laboral, y por un curso de esta duración los informantes estarían dispuestos a pagar en promedio \$ 200.

Mediante la investigación se logró identificar las instituciones tanto públicas como privadas que son competencia directa de la Coordinación de la Extensión de la Facultad de Ciencias

Administrativas y Contables de la PUCE brindando información relevante de la competencia.

El posicionamiento de estas instituciones se midió a través de índices de conocimiento TOM, conocimiento espontáneo y prueba. En el TOM el SECAP fue el más recordado por un 34% de los entrevistados mientras que la PUCE, con un 3% se ubicó en un séptimo lugar.

El 14% de los entrevistados ha recibido capacitación en la PUCE y el 94% de ellos está dispuesto a adquirir otros programas de capacitación lo cual refleja la satisfacción de los participantes frente a la oferta del servicio. Lo mencionado se resume de manera gráfica a continuación:

**Gráfico N° 45**  
**DIAGNÓSTICO DE DESEMPEÑO PUCE**



**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

### 2.4.3. Cliente Fantasma

#### 2.4.3.1. Técnica

Técnica de observación que permite conocer la operativa de trabajo real de su propia empresa o de un competidor a través de clientes fantasmas (FACTUM, 2010: <http://www.factum.com.uy/tecnicas.html#14>). Una vez identificada la competencia directa se utilizó la técnica de cliente fantasma evaluando una serie de factores que nos permitirán diferenciar ventajas que posee dichas instituciones desde su infraestructura física, ubicación, uso de recursos tecnológicos, atención brindada al cliente, programas vinculados con temas Administrativos, concurrencia de clientes, entre otros.

Se realizaron visitas durante el mes de noviembre del 2009 a los siguientes institutos de capacitación:

- Cámara de Comercio de Quito (CCQ)
- CEC (Centro Educación Continua) Escuela Politécnica Nacional
- Fundación Cicerón - Universidad San Francisco de Quito USFQ
- Universidad Politécnica Salesiana

- UNIDEC Universidad Central del Ecuador
- SECAP
- Tecnológico de Monterrey

Se evaluaron cuatro aspectos principales: servicio, infraestructura, procedimiento para acceder a un curso de capacitación; en base a los cual se asignó una calificación general a cada instituto de capacitación.

| <b>Tabla N° 36</b>                              |                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ASPECTOS EVALUADOS COMO CLIENTE FANTASMA</b> |                                                                                                                        |
| <b>Factor</b>                                   | <b>Aspectos Evaluados</b>                                                                                              |
| Servicio al cliente                             | Descripción del saludo, disponibilidad de atención, asesoría brindada en el momento de la visita y de manera posterior |
| Infraestructura                                 | Describir las instalaciones, aulas, parqueadero                                                                        |
| Cursos                                          | Describir el procedimiento para acceder a un curso. Número de personas.                                                |
| Calificación general                            | Asignar una calificación para cada universidad o instituto                                                             |

**Fuente:** Investigación a través de técnica de Cliente Fantasma

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Adicionalmente se realizó una visita a una feria organizada por la Cámara de la Pequeña Industria CAPEIPI en la cual empresas públicas, privadas y universidades tenían stands para brindar información a los asistentes, considerando este evento se obtuvo

importante información de la competencia la cual se expone en el material publicitario obtenido de acuerdo al Anexo 14.

#### 2.4.3.2. Análisis de la Información

Después de las visitas realizadas se obtuvieron los siguientes resultados:

| <b>Tabla N° 37</b>                  |                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>EVALUACIÓN DE LA COMPETENCIA</b> |                                                                                                                                                  |
| <b>INSTITUCIÓN</b>                  | <b>EVALUACIÓN</b>                                                                                                                                |
| Tecnológico de Monterrey            | La atención fue excelente y se realizó un seguimiento posterior adecuado                                                                         |
| Escuela Politécnica Nacional (CEC)  | La atención se enfoca básicamente en personas que solicitan información para empresas, en caso de personas individuales no existe buena atención |
| Universidad Politécnica Salesiana   | Solicitó datos personales sin embargo la información fue incompleta                                                                              |
| Universidad Central Del Ecuador     | No se recibió información, simplemente se recibieron instrucciones de ingresar a la página web para revisar la información                       |
| SECAP                               | La información fue excelente, sin embargo no solicitó datos personales para realizar seguimiento                                                 |
| Cámara de Comercio de Quito (CCQ)   | Información clara y amplia atención ante los requerimientos de capacitación                                                                      |
| Fundación Cicerón USFQ              | Indicó que enviaría información vía mail, el énfasis se mostró en los cursos dirigidos a empresas                                                |

**Fuente:** Investigación a través de técnica de Cliente Fantasma

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Después de realizar la visita en el Tecnológico de Monterrey se obtuvo de manera inmediata información vía mail sobre la programación de cursos durante el año 2010, la cual se encuentra en el Anexo 15.

Se realizó una solicitud de información sobre los programas de capacitación vía mail a la Fundación Cicerón, Loreto Fernández, Coordinadora de la misma quien reiteradamente envió información sobre los temas a tratar, el detalle se encuentra en el Anexo 16.

En base a lo expuesto es fácil determinar que la competencia tiene falencias en cuanto al *servicio al cliente* y la atención brindada por cuanto la información es escasa, y no existe un seguimiento adecuado ante el requerimiento de necesidades sobre programas de capacitación.

En cuanto a la *infraestructura* todos los institutos de capacitación visitados cuentan con instalaciones adecuadas y la mayoría posee parqueadero a excepción de la Cámara de Comercio de Quito. La PUCE cuenta con aulas inteligentes y audiovisuales que otorgan un valor agregado a lo ofertado por la competencia, y los competidores que más logran acercarse en relación a este aspecto son el Tecnológico de Monterrey y la Fundación Cicerón.

El procedimiento utilizado a nivel general para la *apertura de programas de capacitación* dirigido a empresas es mediante el envío de un correo electrónico comunicando las necesidades de capacitación, el tema requerido, el número de asistentes.

Finalmente en base a lo expuesto se otorgó una calificación sobre 5 puntos de la siguiente manera:

| <b>Tabla N° 38</b>                              |                     |
|-------------------------------------------------|---------------------|
| <b>EVALUACIÓN CONCLUYENTE DE LA COMPETENCIA</b> |                     |
| <b>INSTITUCIÓN</b>                              | <b>CALIFICACIÓN</b> |
| Tecnológico de Monterrey                        | 5,0                 |
| CEC – Escuela Politécnica Nacional              | 4,0                 |
| Universidad Politécnica Salesiana               | 2,0                 |
| Universidad Central Del Ecuador                 | 1,0                 |
| SECAP                                           | 3,5                 |
| Cámara De Comercio De Quito (CCQ)               | 4,5                 |
| Fundación Cicerón - USFQ                        | 2,0                 |

**Fuente:** Investigación a través de técnica de Cliente Fantasma

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Después de las visitas se realizó un análisis comparativo en aspectos relevantes entre la Coordinación de Extensión de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE frente a sus principales competidores.

Adicionalmente se elaboraron matrices que permiten conocer los cursos de capacitación ofertados por la competencia, el número de horas y sus precios promedio.

**Tabla N° 39**  
**ANÁLISIS COMPARATIVO DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DE LA COMPETENCIA**

|                | CEC ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL            | SECAP                                          | CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ)                        | TECNOLÓGICO DE MONTERREY                                | FUNDACIÓN CICERÓN USFQ | UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR       |
|----------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| ADMINISTRACIÓN | Generación de ideas de Negocios             | Formulación y evaluación de proyectos sociales | Habilidades Gerenciales Efectivas                        | Administración de Proyectos                             |                        | Evaluación y Elaboración de Proyectos |
|                | Gerencia de Servicios (Atención al Cliente) | Estrategias para emprender negocios            | Técnicas de Negociación                                  | Comunicación Estratégica Empresarial                    |                        | Habilidades Directivas                |
|                | Planificación Estratégica                   | Técnica de documentación y archivo             | Plan Estratégico de Mercado                              | Business Coaching                                       |                        | Planificación Estratégica             |
|                |                                             |                                                |                                                          | Alta dirección                                          |                        |                                       |
|                |                                             |                                                |                                                          | Franquicias                                             |                        |                                       |
|                |                                             |                                                |                                                          | Enterprise Risk Management                              |                        |                                       |
|                |                                             |                                                |                                                          | Formación Estratégica para Ejecutivos de Alto Desempeño |                        |                                       |
|                |                                             |                                                |                                                          | Planeación Estratégica                                  |                        |                                       |
| FINANZAS       | Evaluación Financiera de Proyecto           | NIIFs                                          | Programación, Formulación y Evaluación de Proyectos      | Gerencia Financiera Internacional                       |                        |                                       |
|                |                                             | Análisis Financiero                            | Análisis Financiero                                      | Planeación Financiera y Presupuestación                 |                        |                                       |
|                |                                             | Crédito y Cobranzas                            | Normas Internacionales de Información Financiera (NIIFs) | NIIFs para PYMES                                        |                        |                                       |
|                |                                             |                                                |                                                          | NIIFs para no Financieros                               |                        |                                       |
|                |                                             |                                                |                                                          | Finanzas para no financieros                            |                        |                                       |

|                                    | CEC ESCUELA<br>POLITÉCNICA<br>NACIONAL  | SECAP                                   | CÁMARA DE<br>COMERCIO DE<br>QUITO (CCQ) | TECNOLÓGICO<br>DE MONTERREY | FUNDACIÓN<br>CICERÓN<br>USFQ | UNIVERSIDAD CENTRAL<br>DEL ECUADOR                      |
|------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|---------------------------------------------------------|
| CONTABILIDAD                       |                                         | Tributación Fiscal I                    | Tributación Fiscal                      |                             |                              | Administración de Activos<br>fijos e Inventarios        |
|                                    |                                         | Asistente contable                      | Contabilidad Avanzada                   |                             |                              | Contabilidad General                                    |
|                                    |                                         | Asistente Tributario                    |                                         |                             |                              | Elaboración y Control de<br>Presupuestos Empresariales  |
|                                    |                                         |                                         |                                         |                             |                              | Gestión Estratégica de Crédito<br>y Cobranzas           |
|                                    |                                         |                                         |                                         |                             |                              | Tributación fiscal II y Práctica<br>tributaria          |
|                                    |                                         |                                         |                                         |                             |                              | Tributación fiscal I                                    |
| PAQUETES INFORMÁTICOS<br>APLICADOS | Análisis Estadístico<br>básico con SPSS | Secretariado Ejecutivo<br>computarizado | Informática para<br>ejecutivos          |                             |                              | Estadística con SPSS                                    |
|                                    | Excel Avanzado y<br>Macros              |                                         |                                         |                             |                              | Excel Avanzado                                          |
|                                    | Microsoft Project<br>Básico             |                                         |                                         |                             |                              | Excel Básico                                            |
|                                    | Excel Avanzado y<br>Tablas Dinámicas    |                                         |                                         |                             |                              | Excel Financiero                                        |
|                                    |                                         |                                         |                                         |                             |                              | Programación de Macros en<br>Excel                      |
|                                    |                                         |                                         |                                         |                             |                              | Manejo de Proyectos con<br>Microsoft Project (básico)   |
|                                    |                                         |                                         |                                         |                             |                              | Visio Básico                                            |
|                                    |                                         |                                         |                                         |                             |                              | Windows y Office básico                                 |
|                                    | Microsoft Excel<br>Básico e Intermedio  |                                         | Excel 2007 Básico                       |                             |                              | Manejo de Proyectos con<br>Microsoft Project (avanzado) |

|                     | CEC ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL | SECAP                                | CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ)                      | TECNOLÓGICO DE MONTERREY                              | FUNDACIÓN CICERÓN USFQ                                                       | UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR                     |
|---------------------|----------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| PROCESOS            | Diseño Institucional Avanzado    | Psicología y Seguridad Industrial    |                                                        | Inteligencia Logística & SCM                          | Six Sigma - Green Belt                                                       | administración y control de documentos y archivos   |
|                     |                                  | Balanced ScoreCard                   |                                                        | Gerencia de Compras y Abastecimiento                  | Certificación en gestión de compras internacionales y cadena de suministros. | Diseño, Gestión y Mejoramiento de Procesos          |
|                     |                                  | Administración de Bodegas            |                                                        | Definición, Mejora, Rediseño e Innovación de Procesos | Six Sigma - Black Belt                                                       | Gestión de Bodegas e Inventarios                    |
|                     |                                  | Gerencia de Calidad y Normas ISO     |                                                        |                                                       |                                                                              |                                                     |
| TALENTO HUMANO      |                                  | Relaciones Humanas y motivación      | Gerencia del Talento Humano                            | Comunicación Estratégica Empresarial                  |                                                                              | Administración de Recursos humanos por competencias |
|                     |                                  | Gerencia de Recursos Humanos         |                                                        |                                                       |                                                                              | Gestión y Evaluación por competencias               |
| SERVICIO AL CLIENTE |                                  | Atención y Servicio al Cliente       | Habilidades de la comunicación y Servicio por Teléfono |                                                       |                                                                              |                                                     |
|                     |                                  | Cajero Auxiliar comercial y Bancario | Calidad en el Servicio                                 |                                                       |                                                                              |                                                     |

|                   | CEC ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL | SECAP                          | CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ) | TECNOLÓGICO DE MONTERREY                       | FUNDACIÓN CICERÓN USFQ            | UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR |
|-------------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| MARKETING         |                                  | Marketing y Ventas             | Técnicas de Venta                 | Innovate Marketing                             | Pre Licencia de Vendedor Asociado |                                 |
|                   |                                  |                                |                                   | Gerencia de Servicio al Cliente                |                                   |                                 |
|                   |                                  |                                |                                   | Gerencia Estratégica de Ventas                 |                                   |                                 |
|                   |                                  |                                |                                   | Gerencia Estratégica de Estaciones de Servicio |                                   |                                 |
|                   |                                  |                                |                                   | PNL                                            |                                   |                                 |
|                   |                                  |                                |                                   | Inteligencia de Mercados                       |                                   |                                 |
| COMERCIO EXTERIOR |                                  |                                |                                   | Comercio Exterior y Oportunidades de negocio   |                                   |                                 |
| SEGUROS           |                                  |                                |                                   |                                                | Pre Licencia de Broker            |                                 |
| DERECHO           |                                  | Legislación laboral y Salarial |                                   |                                                | Pre Licencia de Broker            |                                 |

**Fuente:** Investigación a través de técnica de Cliente Fantasma

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Tabla N° 40**  
**RESUMEN DE OFERTA DE LA COMPETENCIA**

|   | INSTITUCIÓN                       | TIPO DE CURSO                                                                                                              | PRECIO PROMEDIO | BENEFICIOS AGREGADOS                                                                                                                            | HORARIOS                                                       | HORAS DE DURACIÓN PROMEDIO |
|---|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------|
| 1 | PUCE                              | Programas de capacitación generales y especializados. Modalidad presencial                                                 |                 | Respaldo entidad Educativa                                                                                                                      |                                                                |                            |
| 2 | CEC ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL  | Programas de capacitación generales y especializados. Modalidad presencial y virtual                                       | \$ 190,00       | Certificación ISO 9001:2000                                                                                                                     | 07h00-09h00/18h00-21h00/19h00-21h00                            | 32                         |
| 3 | FLACSO                            | Programas de capacitación especializados en determinado tema y por tiempo definido.                                        | \$ 220,00       | Por poseer convenios con instituciones facilitadoras de crédito estudiantil provee una oportunidad y facilidad de financiamiento a sus clientes | 07h00-9h00/ 18h00-20h00                                        | 40                         |
| 4 | SECAP                             | Cursos abiertos con programación fija anual al público en general                                                          | \$ 35,00        | El numero de acuerdos y convenios que tiene a nivel nacional con entidades gubernamentales y publicas.                                          | 07h00-09h00/15h30--17h30/17h00-19h00/18h00-20h00/              | 40                         |
| 5 | CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ) | Programas de capacitación, seminarios, cursos a nivel gerencial, abiertos al público en general y a medida de las empresas | \$ 193,00       | Descuento del 30% en todos sus cursos a las empresas o personas naturales que estén afiliadas a la Cámara de Comercio de Quito                  | 07h00-09h00/ 18h00-20h00                                       | 30                         |
| 6 | TECNOLÓGICO DE MONTERREY          | Programas Ejecutivos                                                                                                       | \$ 3200,00      | Renombre y reconocimiento en el mercado universitario y laboral                                                                                 | Varia en su mayoría horario fuera de oficina y fines de semana | 120                        |
| 7 | FUNDACIÓN CICERÓN USFQ            | Programas en temas especializados                                                                                          | \$ 843,00       | Expositores nativos y extranjeros con un alto nivel de preparación a nivel internacional                                                        | 8h30 a 13h00/09h00 a 18h00/17h00-21h00                         | 60                         |
| 8 | UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR   | Cursos de capacitación en temas generales                                                                                  | \$ 85,00        | Una amplia cartera de programas de capacitación                                                                                                 |                                                                | 30                         |

**Fuente:** Investigación a través de técnica de Cliente Fantasma  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

En base a la Investigación realizada se determinó que los competidores principales son el CEC de la Escuela Politécnica Nacional, la Fundación Cicerón de la Universidad San Francisco de Quito, el Tecnológico de Monterrey y el SECAP debido a las estrategias comerciales utilizadas, al target, la trayectoria en el mercado, la planificación de los programas de capacitación y el contenido de los mismos.

Se determinó que las empresas auditoras como Deloitte & Touch y Price WaterHouse Coopers seguramente se dirigen a un nicho de mercado alto, por lo cual no tienen mayor incidencia dentro del sector de la capacitación.

Finalmente a través de todas las metodologías de Investigación de Mercado se puede sustentar la aceptación del mercado ante la oferta de capacitación de la PUCE a través de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables.

## CAPÍTULO III

### 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO INTEGRAL

#### 3.1. FODA

“Es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas”<sup>22</sup>

EL FODA es una herramienta estratégica que permite comprender la situación actual y competitiva de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE en el mercado.

La base para la elaboración de este análisis es la información obtenida a través de la Investigación de Mercado, integrando tanto la información de fuentes primarias como secundarias.

---

<sup>22</sup> WIKIPEDIA. (2010). [[http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis\\_DAFO](http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO)], **DAFO**.

### 3.1.1. Fortalezas y Debilidades

**Tabla N° 41**  
**FORTALEZAS Y DEBILIDADES**

| FORTALEZAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | DEBILIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• El prestigio de la marca PUCE ganado en el mercado ofrece un significativo respaldo educativo.</li> <li>• Cuenta con un grupo de docentes altamente calificados y con suficiente experiencia en distintos campos de las Ciencias Administrativas y complementarias como Economía, Derecho, Psicología.</li> <li>• La Coordinación de Extensión cuenta con una infraestructura adecuada debidamente equipada tanto física como tecnológica. (aulas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La escasez de estrategias de promoción tanto fuera y dentro (alumnos, docentes y administrativos) de la PUCE sobre los programas de capacitación que ofrece la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables.</li> <li>• La poca y limitada oferta de programas de capacitación a los clientes, se carece de un portafolio inicial y básico.</li> <li>• Precios altos en relación con la competencia.</li> <li>• La falta de un equipo capacitado y de planta para que trabajen en cuanto a la administración, logística, promoción y comunicación</li> </ul> |

| FORTALEZAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | DEBILIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>inteligentes, laboratorios de computación con licencia para el uso de programas aplicables a temas administrativos SPSS, CRISTAL BALL, auditorios con tecnología de punta.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La malla curricular con que cuenta la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables permite ofrecer una variedad de cursos en los diferentes temas y especialidades de la carrera.</li> <li>• La estratégica ubicación geográfica de la PUCE en pleno centro de la ciudad de Quito.</li> <li>• La certificación ISO 9001-2000 con que cuenta la Facultad de Ciencias Administrativas y</li> </ul> | <p>de los programas de capacitación (visitas a empresas).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El presupuesto no es suficiente para cubrir todos los costos de logística y promoción de los programas de capacitación.</li> <li>• La dependencia financiera y administrativa de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y contables con la Dirección Administrativas de la PUCE no permite una adecuada implementación y canalización de la utilidad de los programas de capacitación.</li> <li>• Los precios de los programas son exageradamente altos en relación a su duración. (Los programas no justifican su</li> </ul> |

| FORTALEZAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | DEBILIDADES     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| <p>Contables de la PUCE, garantiza que los procesos se encuentran determinados bajo una serie de normas y estándares de calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La creación de la Unidad de Vinculación con la Colectividad ha permitido dar un lineamiento más claro al objetivo que tiene la Coordinación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE en relación al servicio que ofrece. Es importante recalcar que la misma cuenta con la Certificación ISO 9001 – 2000 según el Procedimiento P03 – 01A.</li> </ul> | <p>precio.)</p> |

**Fuente:** Análisis realizado en base a Investigación de Mercado Integral  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

### 3.1.2. Oportunidades y Amenazas

**Tabla N° 42**  
**OPORTUNIDADES Y AMENAZAS**

| OPORTUNIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | AMENAZAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• La PUCE recibió la calificación A, máxima categoría asignada en base al análisis técnico realizado por el CONEA a las universidades y escuelas politécnicas a nivel nacional.</li> <li>• El alto nivel de competencia profesional que existe a nivel empresarial.</li> <li>• Las políticas y leyes gubernamentales que obligan a las empresas a capacitar a su personal.</li> <li>• Adicionalmente de acuerdo a la Investigación de Mercados se determinó que las empresas prefieren</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La cantidad de institutos privados, públicos y educativos que ofrecen programas de capacitación con precios altamente atractivos y competitivos.</li> <li>• En caso de que las empresas privadas cuenten con un departamento netamente enfocado a capacitación cuya logística y organización sea dictado con personal propio o de igual forma multinacionales que cuenten con un sistema armado en cuanto se refiere al proceso de selección de personal donde una vez realizado el reclutamiento se da la capacitación.</li> </ul> |

| OPORTUNIDADES                                                                                                                                      | AMENAZAS                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>recibir el servicio de capacitación de manera presencial, lo cual permite a la Coordinación de Extensión cubrir esta necesidad del mercado.</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Las facilidades y ventajas de los avances tecnológicos pueden ser llamativos para empresas de capacitación y ofrecer programas virtuales dirigidos a empresarios que no disponen de tiempo.</li> </ul> |

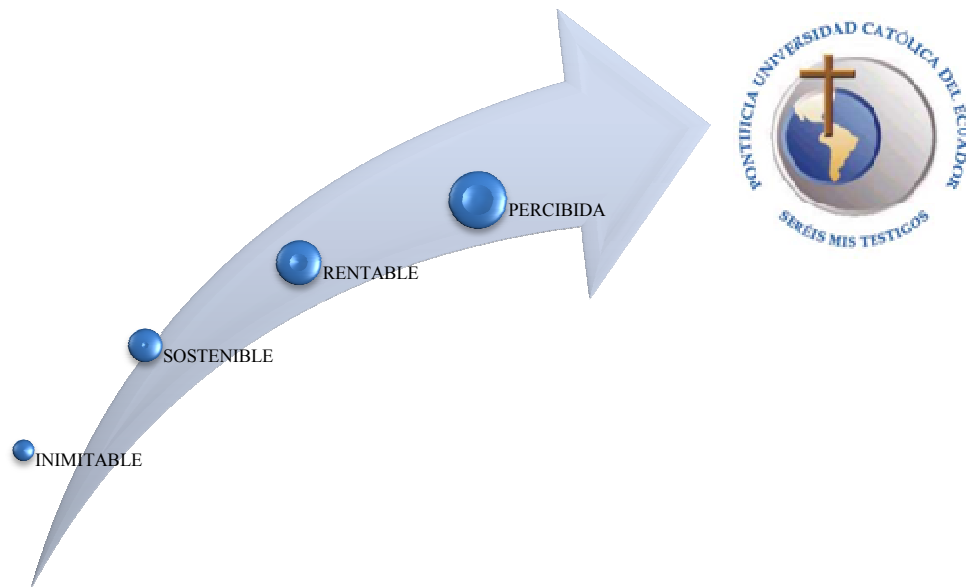
**Fuente:** Análisis realizado en base a Investigación de Mercado Integral  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

### 3.2. VENTAJA COMPETITIVA

Es la superioridad que el mercado atribuye a nuestra oferta y que genera una idealización que conduce a una recompra (RIVERA, GARCILLÁN, 2007: 236).

La marca PUCE sin duda otorga un grado de superioridad y exclusividad a los servicios que ofrece a sus clientes. La marca PUCE debe ser reforzada con el fin de que sea percibida e identificada en el mercado y diferenciada de la competencia.

**Gráfico N° 46**  
**VENTAJA COMPETITIVA PUCE**



**Fuente:** Análisis realizado en base a Investigación de Mercado Integral  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Percibida.- el mercado debe identificar que la oferta de la empresa puede satisfacer sus necesidades mejor que la oferta de los competidores (RIVERA, GARCILLÁN, 2007: 237).

La Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE es considerada como la mejor facultad de Administración de Empresas a nivel Nacional.

Inimitable.- Los beneficios que ofrece no solo deben darle una superioridad momentánea, sino debe ser una barrera por su dificultad para ser imitados por sus competidores (RIVERA, GARCILLÁN, 2007: 237).

La Facultad de Ciencias Administrativas y contables de la PUCE es la única facultad con certificación ISO 9001-2000.

Sostenible.- la empresa debe contar con los recursos y habilidades suficientes para sostener en el tiempo la comercialización competitiva de la oferta (RIVERA, GARCILLÁN, 2007: 236).

Es la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables es la más numerosa, representativa y la carrera con mayor demanda en la PUCE.

“Rentable.- la ventaja debe aportar no solamente rentabilidad económica. La rentabilidad social o de imagen también es necesaria porque en el corto y largo plazo se traduce en ahorro de costes en publicidad y en un incremento de la notoriedad ante los mercados”<sup>23</sup>

No hay duda que la marca PUCE durante 63 años ha logrado un gran reconocimiento en el mercado de servicios de educación superior y ese prestigio ha sido su medio publicitario durante su larga trayectoria, sin embargo se debe fortalecer la marca PUCE y crear estrategias de promoción para mantener la misma.

La ventaja competitiva utilizada por la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables es la de diferenciación la cual busca obtener la lealtad emocional del mercado, de tal manera que este perciba beneficios agregados que le distingan de la competencia, razón por la cual el precio será superior justificando así el valor integral del producto<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> J. RIVERA, M. GARCILLÁN (2007). *Dirección de Marketing Fundamentos y Aplicaciones*. Madrid: Esic. p. 137

<sup>24</sup> Cfr., *Ibidem*. p. 252.

Considerando que la Dirección General de la PUCE establece, regula y controla los porcentajes de rentabilidad generados por los programas de capacitación que son organizados por la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y contables. Los precios y costos de los mismos difícilmente se los puede modificar por lo que se debe otorgar y hacer percibir a los futuros clientes un beneficio agregado que justifique el precio de los programas.

## CAPÍTULO IV

### 4. PLAN DE MARKETING

#### 4.1. DEFINICIÓN DEL MERCADO META

Es importante definir el grupo objetivo considerando el siguiente esquema:

**Gráfico N° 47**  
**SEGMENTACIÓN DE MERCADO**



**Fuente:** Apuntes de clase. Noveno Nivel Marketing

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Para definir el mercado meta es necesario realizar un análisis de segmentación considerando distintas variables que permitan delinear estrategias dirigidas al grupo objetivo.

#### 4.1.1. Segmentación del Mercado

**Segmentación Psicológica:** “Se refieren a las cualidades internas o intrínsecas del consumidor individual. Se basan en variables psicológicas específicas por ejemplo: los consumidores pueden distribuirse en segmentos de acuerdo con sus motivaciones, personalidades, percepciones, aprendizajes y actitudes”<sup>25</sup>.

En base a la Investigación de Mercado el grupo objetivo al cual se dirige el servicio de los programas de capacitación que ofrece la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE serán: las personas que requieran ser profesionales competitivos y nutrir la hoja de vida así como actualizarse constantemente a fin de obtener crecimiento personal y profesional. En base a lo mencionado la segmentación de mercado para la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables es la siguiente:

- **Segmento B2B:** empresas que requieren programas de capacitación enfocados en temas administrativos, contables, de marketing, de productividad y financieros desarrollado a la medida de sus necesidades que permitan el desarrollo de destrezas laborales en áreas claves de la organización.
- **Segmento B2C:** personas que estén actualmente empleados y requieran programas de capacitación enfocados en temas de Administración, Contabilidad, Auditoría, Marketing, Productividad, Finanzas y afines;

---

<sup>25</sup> K. SCHIFFMAN. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pearson. 8va edición. p. 60.

que les permitan lograr un mejor desempeño dentro del ámbito laboral. Es importante considerar que dentro de este segmento se encuentran los egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

#### **4.1.2. Demanda Potencial**

Debido a que no existe una fuente oficial que proporcione el número de empresas que adquieren el servicio de capacitación en la ciudad de Quito se ha realizado una estimación de la demanda potencial para el segmento B2B de acuerdo a la información obtenida en fuentes secundarias y de acuerdo a datos relevantes de la Investigación de Mercado.

**Número de empresas de Quito:** La Superintendencia de Compañías elabora anualmente un Ranking de las 1000 compañías más importantes de los diferentes sectores económicos a nivel nacional, las cuales son líderes en su sector debido a su amplia participación, altos niveles de inversión en activos fijos, tecnología y capacitación, considerando estos aspectos y de acuerdo a los antecedentes del presente proyecto se han tomado únicamente las compañías ubicadas en Quito.

“Las mil compañías en número constituyen apenas el 3% del total de empresas que presentaron información a esta Institución durante el año, su contribución a la economía es sumamente significativa, debido a que representan el 74% del activo total del sector societario, el 82% del patrimonio y 69% del total de ingresos”<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. (2007). *Ranking de las 1000 Compañías más importantes a nivel nacional*. Ecuador.

**Número de empleados por empresa:** de acuerdo a la investigación de mercado del segmento B2B realizado por Marketing Advice y proporcionado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, el número promedio de empleados es de 160, el marco muestral de análisis se constituyó justamente por el Ranking 2007 de la Superintendencia de Compañías.

**Número de empleados por empresa:** de acuerdo a la Investigación de Mercado del segmento B2B realizado por Marketing Advice y proporcionado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, el número promedio de empleados es de 160, el marco muestral de análisis se constituyó justamente por el Ranking 2007 de la Superintendencia de Compañías. Es importante considerar que los empleados que constituyen una compañía están clasificados en varios áreas, para el caso corresponde únicamente el análisis de personal en áreas administrativas y comerciales para su respectiva capacitación, se ha estimado que un 50% del personal pertenecen a estas áreas, es decir 80 personas.

**Frecuencia de capacitación anual:** existe un presupuesto anual de capacitación por persona lo que permite estimar que un empleado se capacita por lo menos una vez al año. Se ha analizado dos escenarios considerando una frecuencia de capacitación de 1 y 2 veces por año.

**Valor promedio de pago:** de acuerdo a la Investigación de Mercado del segmento B2B realizado por Marketing Advice y proporcionado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, las empresas están

dispuestas a pagar un precio promedio de \$ 842,78 por persona para su capacitación. A su vez el 98% de los entrevistados indico estar interesado en recibir capacitación por la PUCE.

| <b>Tabla N°43</b>                                 |                   |
|---------------------------------------------------|-------------------|
| <b>PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL – ESCENARIO 1</b> |                   |
| Número de empresas                                | 417               |
| Promedio empleados en área administrativa         | 80                |
| <i>Número de empleados a capacitarse</i>          | <b>33.360</b>     |
| <i>Frecuencia de capacitación anual</i>           | <b>1</b>          |
| <i>Valor promedio de pago</i>                     | <b>842,78</b>     |
| <b>Proyección Estimada del Mercado</b>            | <b>28.115.141</b> |
|                                                   |                   |
| <b>Proyección Estimada de la PUCE (98%)</b>       | <b>27.552.838</b> |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

| <b>Tabla N°44</b>                                 |                   |
|---------------------------------------------------|-------------------|
| <b>PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL – ESCENARIO 2</b> |                   |
| Número de empresas                                | 417               |
| Promedio empleados en área administrativa         | 80                |
| <i>Número de empleados a capacitarse</i>          | 33.360            |
| <i>Frecuencia de capacitación anual</i>           | 2                 |
| <i>Valor promedio de pago</i>                     | 842,78            |
| <b>Proyección Estimada del Mercado</b>            | <b>56.230.282</b> |
|                                                   |                   |
| <b>Proyección Estimada de la PUCE (98%)</b>       | <b>55.105.676</b> |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

#### 4.1.3. Posicionamiento

Se llama posicionamiento a la referencia del lugar que en la percepción mental de un cliente o consumidor tiene una marca, lo que constituye la principal diferencia que existe entre esta y su competencia (WIKIPEDIA, 2010: [wikipedia.org.ec/wiki/posicionamiento](http://wikipedia.org.ec/wiki/posicionamiento)).

## 4.1.3.1. Mapa de posicionamiento en base a nivel de satisfacción

Para este análisis se utilizó la información obtenida en la Investigación de Mercado Segmento B2C.

| <b>Tabla N° 45</b>                               |                                |
|--------------------------------------------------|--------------------------------|
| <b>NIVEL DE SATISFACCIÓN COMPETENCIA DIRECTA</b> |                                |
| <b>Empresa</b>                                   | <b>Satisfacción (Promedio)</b> |
| TECNOLÓGICO DE MONTERREY                         | 4,67                           |
| PUCE                                             | 4,26                           |
| SECAP                                            | 4,21                           |
| FUNDACIÓN CICERÓN - USFQ                         | 4,11                           |
| CEC – ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL               | 4,07                           |
| CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ)                | 4,07                           |
| UNIDEC - UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR         | 4,00                           |

Base: Entrevistados que han recibido capacitación - 216

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Tabla N° 46**  
**ANÁLISIS DEL SERVICIO DE LA COMPETENCIA**

|                                                     | CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ) | PUCE | SECAP | TECNOLÓGICO DE MONTERREY | CEC – U. POLITÉCNICA NACIONAL | FUNDACIÓN CICERÓN - USFQ | UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------|------|-------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| <b>Razones de Insatisfacción</b>                    |                                   |      |       |                          |                               |                          |                                 |
| No se realizan aplicaciones prácticas sobre el tema | 4%                                | 6%   | 14%   | 33%                      | 17%                           |                          | 13%                             |
| El tiempo es insuficiente para el tema              | 12%                               | 13%  | 10%   |                          |                               |                          | 20%                             |
| No cumplió expectativas                             | 40%                               | 19%  | 17%   |                          | 22%                           |                          | 13%                             |
| Falta de preparación del instructor                 | 16%                               | 13%  | 28%   |                          |                               |                          |                                 |
| Falta de planificación para el curso                | 12%                               | 19%  |       | 33%                      | 17%                           | 50%                      | 27%                             |
| Instalaciones inadecuadas                           |                                   |      | 7%    |                          | 6%                            | 25%                      | 7%                              |

|                                              | CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ) | PUCE      | SECAP     | TECNOLÓGICO DE MONTERREY | CEC - U. POLITÉCNICA NACIONAL | FUNDACIÓN CICERÓN - USFQ | UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR |
|----------------------------------------------|-----------------------------------|-----------|-----------|--------------------------|-------------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| Falta de material didáctico y equipos        | 4%                                | 13%       | 7%        | 33%                      | 17%                           |                          | 7%                              |
| Impuntualidad del instructor                 | 4%                                |           | 3%        |                          |                               |                          |                                 |
| Horarios no adaptados a profesionales        |                                   | 6%        | 3%        |                          | 6%                            |                          |                                 |
| Términos muy complicados para los asistentes | 4%                                | 6%        |           |                          | 6%                            |                          |                                 |
| Curso con demasiadas personas                |                                   | 6%        | 3%        |                          | 11%                           |                          | 13%                             |
| <b>Total casos</b>                           | <b>25</b>                         | <b>16</b> | <b>29</b> | <b>3</b>                 | <b>18</b>                     | <b>4</b>                 | <b>15</b>                       |

**Fuente:** Investigación de Mercado Segmento B2C

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

#### 4.1.3.2. Análisis de Posicionamiento

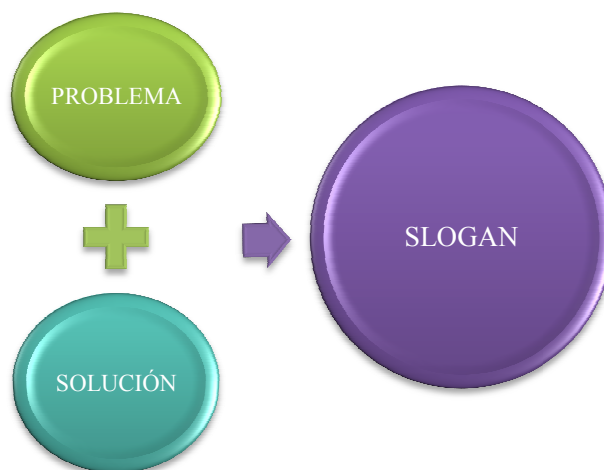
De acuerdo a los resultados del estudio de mercado del Segmento B2C es importante analizar que el promedio general de satisfacción otorgado a las instituciones de capacitación es de 4,20; el Tecnológico de Monterrey, la PUCE y el SECAP son los únicos que superan este promedio.

Es importante remitirse a los atributos buscados en un centro de capacitación son básicamente que ofrezca contenidos actuales, horarios adaptados a profesionales y el respaldo de una institución educativa, que es la oferta del mercado. Sin embargo al analizar las razones de insatisfacción de la PUCE respecto a la competencia es fácil determinar que ninguna cumple a cabalidad con las expectativas de los clientes, por lo cual es recomendable que la PUCE logre

posicionarse a través de los atributos buscados en un centro de capacitación, tratando de tomar medidas correctivas sobre aquellos procesos o aspectos que generaron malestar e insatisfacción en sus clientes. Existe una brecha entre el servicio esperado y el servicio recibido por lo cual es importante que la Coordinación de Extensión de la PUCE logre ofrecer a sus clientes lo que otros centros de capacitación no ofrecen.

Adicionalmente se ha realizado un estudio de la comunicación utilizada por la competencia a través de su slogan completando así el análisis de posicionamiento.

**Gráfico N° 48**  
**ESTRUCTURA PARA LA ELABORACIÓN DE UN SLOGAN**



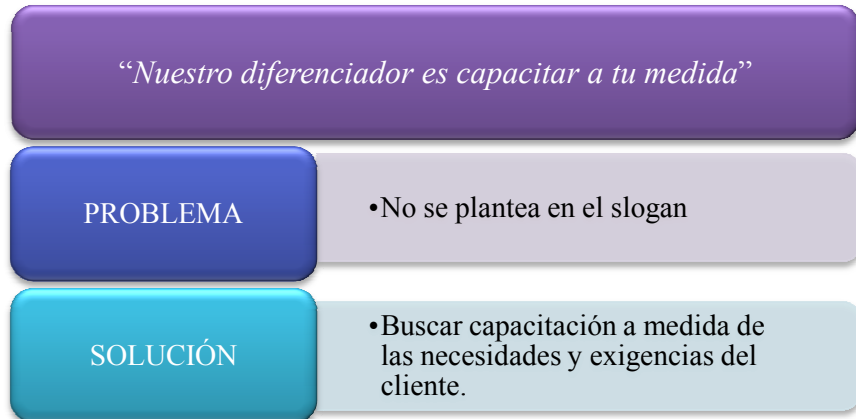
**Fuente:** Apuntes de Clase, Noveno Nivel

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

De acuerdo al esquema sugerido se realizó un análisis de la competencia considerando el slogan que utilizan a través de la comunicación promocional, considerando sus páginas web y el

material impreso principalmente. Se establece el slogan utilizado y se analiza la presencia del problema y la solución.

**Gráfico N° 49**  
**ANÁLISIS SLOGAN CEC**

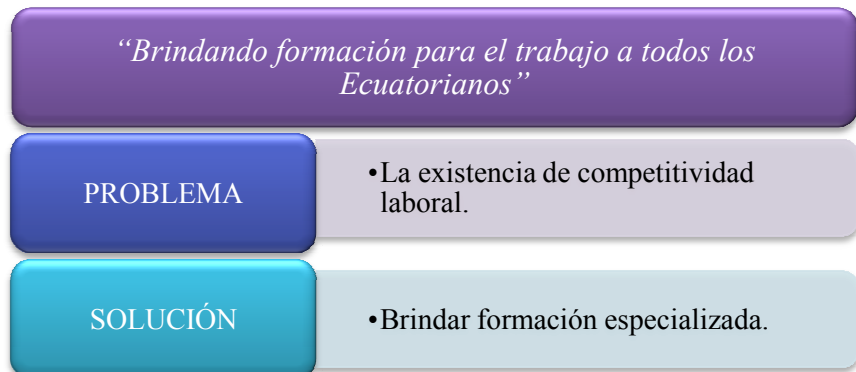


**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El CEC en su slogan muestra claramente cuál es su ventaja de diferenciación frente a su competencia, el brinda capacitación a “MEDIDA” ajustada a las exigencias y necesidades del cliente ellos adaptan el tema, contenido.

**Gráfico N° 50**  
**ANÁLISIS SLOGAN SECAP**

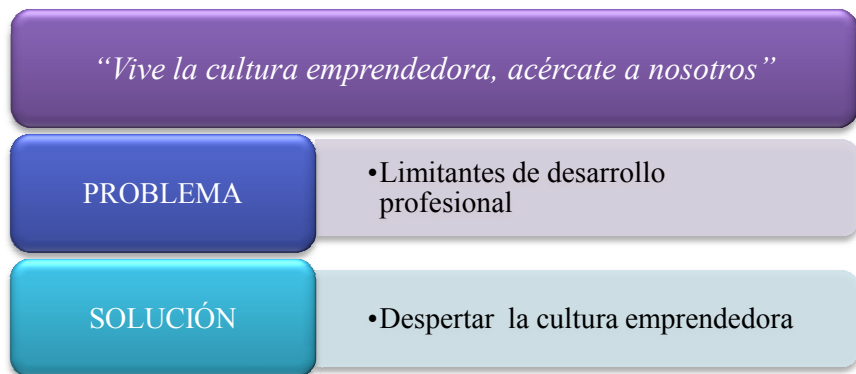


**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El slogan refleja el segmento al que está dirigido y el tipo de servicio que ofrece, por lo cual analizando desde la perspectiva B2B la oferta es poco atractiva, mientras que para el segmento B2C lo es básicamente en áreas técnicas u operativas.

**Gráfico N° 51**  
**ANÁLISIS SLOGAN TECNOLÓGICO DE MONTERREY**

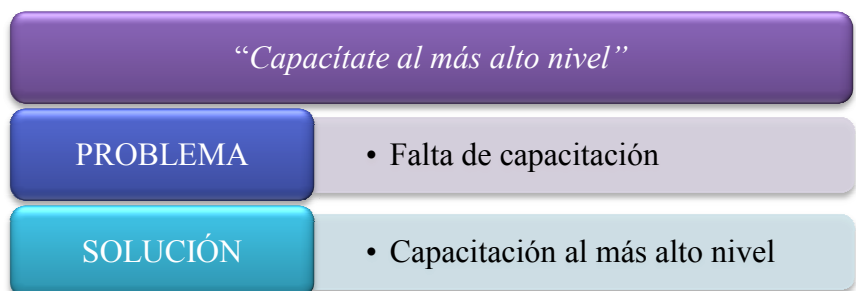


**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Considerando que el Tecnológico de Monterrey es un instituto internacional con un alto prestigio y reconocimiento, su slogan básicamente transmite esta esencia enfocando en conseguir el liderazgo en el ámbito laboral, pero es importante recalcar que el slogan abarca la marca Tecnológico de Monterrey como universidad.

**Gráfico N° 52**  
**ANÁLISIS SLOGAN UNIDEC**

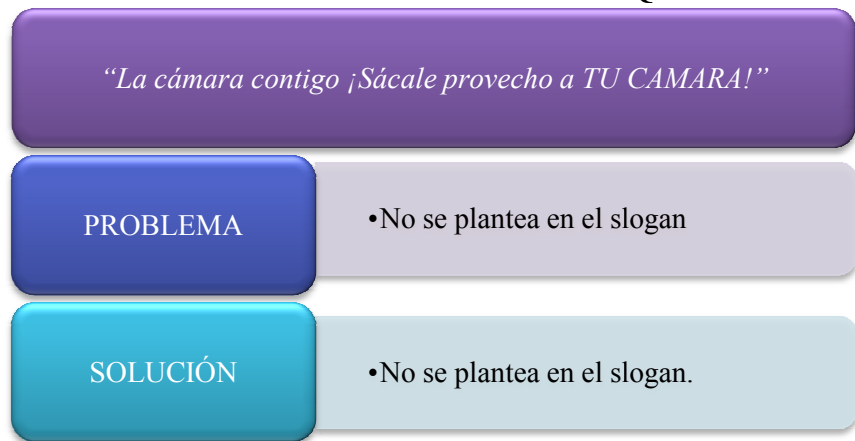


**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El slogan trata de proyectar un diferenciador en la oferta del servicio con la frase al más alto nivel pero sin un mensaje claro al respecto.

**Gráfico N° 53**  
**ANÁLISIS DEL SLOGAN CCQ**



**Fuente:** Investigación de Mercado

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Es importante considerar que el servicio de la Cámara de Comercio de Quito se dirige fundamentalmente a los socios de la misma en varios ámbitos y el servicio de capacitación es un beneficio adicional, por lo tanto no se refleja un slogan adecuado para dicho servicio.

#### 4.1.3.3. Desarrollo de Posicionamiento


El desarrollo adecuado del posicionamiento de un producto o servicio se logra en base al siguiente esquema:

**Gráfico N° 54**  
**DESARROLLO DEL POSICIONAMIENTO**

## Enunciado de Posicionamiento

14

Para **(Target Group)** la Marca X es la marca de **(Marco de Referencia)** que **(Punto de diferenciación)** porque **(reason why)**

Francisco J. Vega – Plaza 10mo. nivel

**Fuente:** Apuntes de clase. Décimo Nivel Marketing

En base a lo cual se ha desarrollado el posicionamiento deseado por la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables en cada segmento:

- **Segmento B2C:** Para profesionales que requieren servicio de capacitación en temas de Administración, Contabilidad, Auditoría, Marketing, Productividad, Finanzas y afines, la Coordinación de Extensión de la Facultad de Administración y Contabilidad de la PUCE con una amplia trayectoria en el mercado educativo, docentes altamente calificados y horarios adaptados a profesionales ofrece programas de capacitación con contenidos actuales.

- **Segmento B2B:** Para ejecutivos de Recursos Humanos que requieran de servicio de capacitación en temas claves de Administración, Contabilidad, Auditoría, Marketing, Productividad, Finanzas y afines para el personal de sus compañías la Coordinación de Extensión de la Facultad de Administración y Contabilidad de la PUCE con una amplia trayectoria en el mercado educativo, personal altamente calificado e instalaciones adecuadas ofrece programas con contenidos adaptados a la medida y requerimientos del cliente.

#### 4.1.4. Estrategias de Desarrollo

**Gráfico N° 55**  
**ESTRATEGIAS DE DESARROLLO**



**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

#### 4.1.4.1. Desarrollo de programas de capacitación bajo el Aval FCAC PUCE

La gran incidencia y beneficio que tiene la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE por ser parte de un Centro Educativo, nos otorga el derecho de emitir diplomas certificando la aprobación de los programas de capacitación a diferencia de los centros de capacitación públicos o privados.

Por el cual se propone que la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE cree alianzas con centros de capacitación privados y actúe como intermediario de Capacitación, es decir, otorgar el aval PUCE a los cursos que estos centros vayan a realizar.

Dependiendo de la magnitud, disponibilidad y necesidades que tengan los centros de capacitación privados, la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE está en calidad de prestar sus instalaciones, docentes o cualquier otro recurso necesario para el desarrollo de los programas de capacitación. Siempre cuando las partes estén de acuerdo y conformes con los porcentajes de utilidad que se van a manejar en cada uno de los proyectos.

Se han desarrollado algunos cursos bajo este método y los resultados logrados han sido satisfactorios, por lo cual es una estrategia que puede implementarse de manera permanente.

#### 4.1.4.2. Reestructuración del Organigrama de Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Considerando el análisis realizado en el primer capítulo, es importante analizar una reestructuración en el organigrama actual agregando el cargo de Coordinador de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables quien se comunicará continuamente con el Coordinador de Extensión de la PUCE, a fin de mantenerlo informado sobre el desarrollo de los programas de capacitación y siendo el gestor principal de la gestión dentro de la facultad. Las funciones del Coordinador de Extensión de la Facultad deben enfocarse a nivel estratégico, logrando así el conocimiento, posicionamiento y captación de nuevos clientes para el óptimo desempeño de la Coordinación de Extensión en el sector de capacitación, y con el fin de salvaguardar esto será importante la creación de un cargo que brinde el soporte operativo necesario para lograr los objetivos planteados, que podría lograrse a través de un Asistente de Coordinación de Extensión.

Por tanto el Asistente de Coordinación de Extensión podría ejecutar las funciones desempeñadas actualmente por el Promotor, Gestor y

aquellas funciones operativas realizadas por el Coordinador del Programa. El detalle de las funciones es el siguiente:

- Coordinar la revisión y actualización de los programas de capacitación en cada área de especialización: Finanzas, Marketing, Productividad, Administración.
- Coordinar la publicación de la programación de capacitación de manera semestral en los medios de comunicación determinados por el Coordinador de Extensión.
- Elaborar reportes que permitan evaluar la efectividad de los medios de comunicación utilizados.
- Asesorar personal y telefónicamente a los clientes interesados en el servicio de capacitación.
- Actualizar bases de datos de clientes.
- Coordinar el desarrollo de los programas de capacitación cumpliendo todas las tareas descritas en el Procedimiento P03-01A Eventos de Capacitación.

- Coordinar la participación de los docentes en el desarrollo de los programas de capacitación, o en su defecto coordinar la contratación de instructores especializados en temas específicos.
- Coordinar de logística y revisión de materiales requeridos en cada programa de capacitación.
- Elaborar reportes de evaluación después de la finalización de cada programa de capacitación.

En base a lo expuesto se ha desarrollado el siguiente organigrama.

**Gráfico N° 56**  
**PROPUESTA DE REESTRUCTURACIÓN DEL**  
**ORGANIGRAMA COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN PUCE**



**Fuente:** Normas Funcionamiento de la Coordinación de Extensión, DGA PUCE.

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

#### 4.1.4.3. Alianzas y Convenios con los Gremios Profesionales afines a Administración

La Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, por el gran número de actividades y eventos realizados por la facultad con los diferentes Gremios Profesionales, podría tomar de referencia la incidencia que estos han tenido y tratar de crear una alianza estratégica con dichos Gremios considerados como los dos más importantes en el área administrativa al Colegio de Administradores Profesionales de Pichincha y el Colegio de Contadores Públicos de Pichincha.

A través del poder negociador, se podría acordar que a cambio de contar con el patrocinio y aval de estos Colegios Profesionales, la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables les daría un espacio en todo material publicitario que se maneje para promocionar los programas de capacitación.

La finalidad de dicha alianza es incentivar a los futuros clientes a adquirir los servicios de capacitación en la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la prestigiosa Pontificia Universidad Católica del Ecuador que cuenta con el respaldo de los Colegios de Administradores y Contadores de Pichincha. Sin duda, el aval con el que cuenten los programas de capacitación en la certificación que se

emite a cada participante, actúa como un factor determinante y motivador al momento de elegir este tipo de servicio.

#### 4.1.4.4. Servicio de Diagnóstico de Necesidades

Como servicio adicional se puede ofrecer el servicio de diagnóstico de necesidades, este iría dirigido al segmento B2B. El que tiene como finalidad realizar una evaluación previa para detectar e identificar necesidades notables o desconocidas que posea el personal de las diferentes instituciones u organizaciones dispuestas a adquirir el servicio de capacitación.

Sería una manera de brindar un servicio más personalizado y exclusivo al ajustarnos a las necesidades del cliente y a su vez permitiría persuadir en la adquisición de los programas de capacitación.

El objetivo de este servicio es ampliar la cartera de productos en el área de capacitación para ofrecer a los clientes muy independientes de los cursos.

#### 4.1.4.5. Formar un Equipo de Ventas

Basándonos en los requisitos obligatorios vigentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE que exige a los estudiantes cumplir con cierto número de horas de pasantías. Se ha visto una oportunidad de ambas partes tanto para los Estudiantes de la Facultad como para la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas de la PUCE.

Puesto que la Coordinación de Extensión debido al servicio de capacitación que ofrece necesita de un equipo de ventas que impulse la oferta y adquisición de programas de capacitación a nivel del segmento B2B mediante visitas para presentar la cartera de productos que posee la Coordinación de Extensión, podría tomar esta disposición como una oportunidad para captar estudiantes de los últimos niveles para que realicen sus pasantías en la Coordinación de Extensión de la Facultad de ciencias Administrativas y Contables.

Mientras que por otro lado los estudiantes se verían aventajados ya que se reconocería como horas de pasantía las que dediquen a este fin, aparte de adquirir experiencia recibirían un reconocimiento económico.

#### 4.1.4.6. Acreditación a la Corporación Nacional de Capacitación y Formación Profesional CNCF

Es importante considerar la acreditación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE al Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional CNCF, de acuerdo al Reglamento para Acreditación de Operadores de Capacitación y Formación Profesional los criterios y estándares que consta en la Resolución CNCF N° 002-02-2009, a continuación se presenta un extracto.

#### OPERATIVIDAD

Constitución legal, personería y gestión organizativa

- Planificación
  
- Recurso Humano
  
- Personal Administrativa Financiero
  
- Personal para procesos Formativos

- Instalaciones, equipos, logística: Las instalaciones contemplan aulas, talleres y laboratorios, servicios generales y de apoyo, equipo, logística.
- Registro de Información y Monitoreo de Actividades de Capacitación

### PROCESO FORMATIVO

Diseño de Programas Académicos: Los operadores de capacitación definen el perfil de los participantes y los requisitos de ingreso al curso de capacitación, adicionalmente determinan el contenido del programa así como los resultados esperados en concordancia con el criterio de Planificación y con las Normas Técnicas de Competencia Laboral.

- Materiales y Recursos Didácticos
- Evaluación de Proceso Formativo y sus Resultados

### ARTICULACIÓN DE LA DEMANDA

Articulación con la Comunidad, los Sectores Productivos y el Sector Público.

## Procedimiento de Acreditación

La Secretaría Técnica otorga la acreditación de los operadores de capacitación y formación profesional, el proceso es el siguiente:

- Recepción de la solicitud
  
- Revisión de la documentación
  
- Inspección técnica
  
- Evaluación y calificación
  
- Resolución
  
- Suscripción de convenios

Los operadores de capacitación deben presentar una solicitud en formatos proporcionados por la Secretaría Técnica del CNCF, el capítulo IV del Reglamento determina los documentos a presentar.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Cfr., CNCF. (2009). [<http://www.cncf.gov.ec/CNCF/system/files/documents/reglamentodeacreditaciondeoperadoresdecapacitacion.pdf>], **Reglamento para Acreditación de Operadores de Capacitación y Formación Profesional.**

## 4.1.5. Marketing Mix

### 4.1.5.1. Producto

“En el conocimiento del servicio predomina la intangibilidad, éste se adquiere de otra manera que el correspondiente a los bienes. De ahí que el conocimiento del servicio se adquiera mediante la experiencia al recibir el servicio. Al final de cuentas, cuando un consumidor compra un servicio, de hecho estará comprando una experiencia. Todos los productos sean bienes o servicios proporcionan al consumidor un paquete de servicios”<sup>28</sup>.

La capacitación es un servicio dirigido a empresas y personas naturales que requieren conocimiento actualizado en áreas especializadas. La Coordinación de Extensión de la PUCE brinda un servicio de capacitación, contribuyendo de esta manera a la formación profesional de los participantes. La experiencia del servicio del consumidor se compone de varios elementos de acuerdo a la siguiente ilustración.

**Gráfico N° 57**  
**EXPERIENCIA DEL SERVICIO**



**Fuente:** DOUGLAS HOFFMAN, JOHN BATESON. *Fundamentos del Marketing de Servicios*.

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

<sup>28</sup> D. HOFFMAN, J. BATESON. (2002). *Fundamentos del Marketing de Servicios*. México: Thomson. 2da. edición. p. 9.

➤ **Análisis Estratégico del Servicio de Capacitación**

Aplicando los conceptos descritos en el gráfico *Experiencia del Servicio* a la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE se puede determinar:

**Contexto inanimado:** lo constituyen los elementos tangibles que están involucrados con el servicio, pueden ser evaluaciones de desempeño de los capacitadores, la infraestructura, muebles, equipos y material de apoyo entregado al asistente.

**Personal de contacto y otros clientes:** es decir las personas que interactúan brevemente con los clientes y no son los prestadores primarios del servicio de capacitación, es decir: secretaría, conserjes, guardias, alumnos y personal administrativo. Adicionalmente es muy importante considerar a otros clientes, categorizándolos de acuerdo a la percepción de la experiencia.

- Clientes A: es la persona que está recibiendo el servicio.
  
- Clientes B: es la persona que influye de manera activa o pasiva, positiva o negativa en la experiencia que está viviendo el cliente A.

**Prestador del servicio:** lo constituyen los prestadores primarios del servicio en este caso los capacitadores del programa seleccionado.

**Organización y sistemas invisibles:** constituye la estructura organizacional, las normas, reglamentos y procesos como directrices de la gestión de la Coordinación de Extensión.

Es importante conocer las *características del servicio* a fin de desarrollar los programas de capacitación.

“El servicio tiene características propias: intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad e imperdurabilidad.

- Intangibilidad: los servicios son actuaciones, hechos y esfuerzos. Por ello, no podemos verlos, sentirlos, degustarlos o tocarlos como si lo hacemos en los bienes.
- Inseparabilidad: la creación y consumo de la capacitación son acciones simultáneas.
- Heterogeneidad: es casi imposible estandarizar la capacitación debido a la existencia de diferentes criterios de los participantes, así como la realidad a la cual se enfrentan.
- Imperdurabilidad: la capacitación no se puede almacenar”<sup>29</sup>.

En base a lo expuesto es necesario tangibilizar los beneficios mediante:

---

<sup>29</sup> *Ibíd.* p 27-28, 39.

- Lugar: provee aulas, auditorios, laboratorios y espacios propicios para el desarrollo de cada curso.
- Personal: los empleados en general deben estar orientados a la atención y satisfacción del cliente.
- Equipos: computadores, impresoras y audiovisuales que garanticen el correcto desarrollo de los cursos.
- Material de apoyo: folletos y textos que contribuyan a la imagen de la Institución y reflejen claramente el servicio brindado.

➤ **Desarrollo de programas de capacitación**

El servicio está respaldado por el prestigio que brinda la Pontificia Universidad Católica del Ecuador dentro del mercado, y con el fin de desarrollar los programas de capacitación es necesario analizar las fases estratégicas del producto.

**Gráfico N° 58**  
**FASES ESTRATÉGICAS DEL PRODUCTO**



**Fuente:** Apuntes de Clase Noveno Marketing  
**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Considerando la Investigación de Mercado, se propone crear una cartera de productos es decir tener programas previamente establecidos durante cada semestre, en el caso del segmento B2C el temario será permanente durante cada año, a fin de evaluarse en base a las tendencias y necesidades del mercado; mientras que en el caso del segmento B2B se establece un temario de programas referencial, sin embargo lo ideal es adaptar el contenido de cada programa a los requerimientos empresariales.

**Programación propuesta:** La base teórica para desarrollar el contenido de los programas de capacitación fueron los programas vigentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y

Contables, los cuales son revisados cada semestre por los docentes y el Jefe de Área con el fin de actualizar la cátedra impartida a los estudiantes. A continuación se detalla los programas propuestos para el *Segmento B2B* y B2C en base a los resultados obtenidos de la Investigación de Mercado así como en la propuesta realizada por la Unidad de Vinculación con la Colectividad durante el año 2010.

**Gráfico N° 59**  
**PROGRAMACIÓN PROPUESTA SEGMENTO B2B**



**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Gráfico N° 60**  
**PROGRAMACIÓN PROPUESTA SEGMENTO B2C**



**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El contenido de los programas para el Segmento B2B se encuentra en el Anexo 17 y los del Segmento B2C en el Anexo 18.

➤ **Desarrollo de Marca**

Para ingresar al mercado es necesario desarrollar una marca creando elementos que identifiquen a la misma.

“Marcas es el nombre, término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, asignado a un producto o a un servicio, por el que es su directo responsable. Ésta es quien debe darlo a conocer, identificar y diferenciar de la competencia; debe garantizar su calidad y asegurar su mejora constante.”<sup>30</sup>

“La identidad de marca es el valor que percibe el mercado de ella y se forma como resultado acumulativo de todos los mensajes que emite la empresa. Para conseguir un buen posicionamiento y una imagen positiva es fundamental que todos los mensajes emitidos a través de la empresa y sus productos estén controlados, sean coherentes entre sí, y comuniquen una idea de empresa previamente formulada en función de sus objetivos estratégicos.

De acuerdo a Tom Peter en su libro titulado *El Meollo del Branding* la marca se basa en tres pilares fundamentales: "Beneficios Patentes", "Un Motivo Real Para Creer" y "Una Gran Diferencia"<sup>31</sup>.

Considerando lo expuesto se han desarrollado los siguientes pilares que permiten la creación de identidad de marca:

**Beneficios:** servicio de capacitación respaldado por excelencia, garantía y herramientas tecnológicas avanzadas; lo cual en conjunto permitirá a los clientes adquirir una ventaja competitiva en el área laboral.

**Un Motivo Real Para Creer:** el prestigio de una Institución Educativa como la PUCE despertará el interés en los segmentos establecidos para adquirir el servicio.

---

<sup>30</sup> VARIOS. (2010). [[www.elprisma.com/apuntes/mercadeo\\_y\\_publicidad/conceptodemarca/](http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/conceptodemarca/)], *Concepto de Marca*.

<sup>31</sup> ASOCIACIÓN AMERICANA DE MARKETING. (2006). [<http://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>]. *La Marca*.

**Una Gran Diferencia:** a fin de de diferenciarnos con la competencia se promoverá el desarrollo de habilidades y competencias tangibles a la finalización del programa.

Los elementos visuales que permitirán transmitir la oferta del servicio son: nombre, slogan y logotipo.

- **Nombre**

El nombre de la marca propuesto es: *EDEP (Educación y Desarrollo Profesional)*

Este nombre busca transmitir el servicio ofertado que permitirá el desarrollo profesional a través de habilidades y competencias con el respaldo educativo de la PUCE.

Con el fin de fortalecer el nombre y lograr un posicionamiento dentro del mercado se optó por colocar de manera visible la marca PUCE, lo cual constituye un capital a largo plazo.

- **Slogan**

El slogan “refleja la promesa única de venta y es la combinación adecuada de la necesidad demanda y la oferta propuesta” (Apuntes de clase, Noveno Nivel Marketing).

Para EDEP se ha desarrollado el siguiente:

*Promoviendo tu desarrollo!*

- **Logotipo**

Es la representación gráfica del nombre y forma parte de la identidad visual de la marca, se desarrolló el siguiente logotipo:



#### 4.1.5.2. Plaza

Es importante destacar la infraestructura con la que cuenta la PUCE, a través de todas las instalaciones descritas en su página web, a continuación se presenta un resumen.

##### ➤ **Dirección de Informática**



“La actual Dirección de Informática (DI), inicialmente Centro de Cómputo, viene ofreciendo sus servicios a la comunidad universitaria desde 1977, siempre a la vanguardia de la tecnología y apoyando su gestión en excelentes profesionales.

- El centro de Informática dispone de una sala específica para docentes y una sala general con 100 equipos de tecnología avanzada, con capacidad de atender a 2500 estudiantes diariamente.
- Las aulas mantienen **software actual y legalizado**, así como aplicaciones especializadas. Además, desde el Centro de Informática se administran todas las salas de proyección que existen en las unidades académicas, equipadas con proyector de video y pantalla (33 en total y mínimo una para la Facultad de Administración de Ciencias Administrativas y Contables.
- **Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA).**- está disponible el software “Manhattan Virtual Classroom”, como un entorno virtual para apoyo a la docencia. El profesor puede mantener el diálogo didáctico mediado por computador con sus alumnos. Correo, Foros y Chat son algunas de las herramientas de este EVA.

- **Red Inalámbrica.-** este servicio permite a los estudiantes, docentes y administrativos de la PUCE conectarse a Internet a través de un equipo portátil utilizando su contraseña. Actualmente las áreas cubiertas por este servicio son la Biblioteca, el Parque Central, la Dirección de Informática, áreas verdes y bares”<sup>32</sup>.

### ➤ Biblioteca



La Biblioteca General de la PUCE, es una unidad de información que apoya especialmente a la docencia, investigación y consultas bibliográficas de la comunidad universitaria de la PUCE sin descuidar la atención al público en general.

Para esto, dispone de una colección amplia y actualizada de material bibliográfico impreso, complementada con Hemeroteca y Biblioteca Virtuales que contienen muchas e importantes bases de datos que provienen de distintas partes del mundo y a las que la comunidad universitaria de la PUCE puede acceder por la Intranet.

Cuenta con la siguiente colección:

<sup>32</sup> PUCE. (2010). [<http://www.puce.edu.ec/index.php?pagina=informatica>], *Centro de Informática*.

123.350 vols. en diversas materias

1821 títulos de revistas

300 carpetas de archivo vertical

1200 hojas topográficas

2700 diapositivas

Depositorios del Fondo de publicaciones de NN. UU.

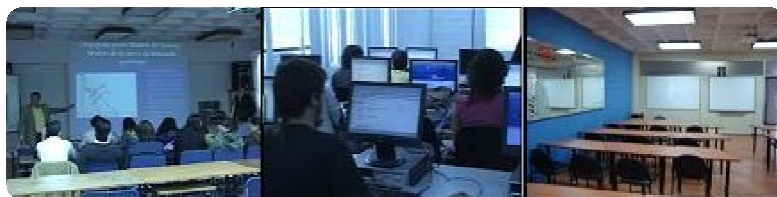
Custodio de revistas culturales españolas.

La Biblioteca de la PUCE es la primera unidad de información universitaria que se automatizó en Ecuador, sirve desde enero de 1990, con el sistema MICROBIBLOS LASER, antes; hoy con el SAB que permite atender a sus usuarios con agilidad y eficacia, y de manera primordial a la comunidad universitaria. Desde 1996 digitaliza, mediante técnicas de OCR (optical character recognition), los sumarios de revistas nuevas que pueden ser consultadas en esta página WEB<sup>33</sup>.

---

<sup>33</sup> Cfr., PUCE. (2010). [<http://www.puce.edu.ec/index.php?pagina=biblioteca>], *Biblioteca*.

➤ **Aulas Virtuales**



La Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE cuenta con aulas inteligentes y auditorios con tecnología de punta. Posee cinco auditorios y cinco aulas inteligentes equipados con un atril pizarrón interactivo, proyector, computador, sonido y audio.

Para incentivar y promover el progreso educativo de los jóvenes estudiantes con el apoyo de la empresa privada se ha desarrollado el programa “Adopte una Aula”. Las empresas equipan tecnológicamente un aula, que lleva el nombre de la misma en su honor.

Adicionalmente, la empresa coloca una valla con su imagen en el aula que “adopta”. Las aulas “PRODUBANCO” “DINNERS” “RAUL COKA BARRIGA”, “ERNEST & YOUNG” y “AEA” se encuentran ubicadas en la Facultad de Administración y Contabilidad.

➤ **Áreas Verdes**



El campus de la PUCE ofrece varios lugares de dispersión entre bares y áreas verdes estratégicamente ubicadas, cuenta con seis parques compartidos entre los edificios de las diferentes facultades, dos canchas de césped, un coliseo y gimnasio, al igual tiene cuatro bares donde se puede deleitar con comida rápida al paso como también existe el comedor tipo buffet.

➤ **Parqueaderos**



La PUCE cuenta dentro de su campus con alrededor de 3000 parqueaderos internos y externos. Fuera de su campus en la Av. 12 de Octubre y Veintenilla frente a la Iglesia el Girón posee un parqueadero descubierto con capacidad para 120 autos únicamente para alumnos de la PUCE.

➤ **Canal de Distribución**

Canal de distribución es el circuito a través del cual los productores ponen a disposición de los usuarios finales los productos para que los adquieran. (WIKIPEDIA, 2010: [http://es.wikipedia.org/wiki/Canal\\_de\\_distribuci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n))

Los criterios que se deben tomar en cuenta para seleccionar el tipo de canal de distribución son los objetivos, giro de negocio y las estrategias de mercadeo que se persiga. En este caso la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE en el rol de productor de servicio de capacitación no requiere la intervención de intermediarios ya que la venta de los programas se lo puede hacer directamente.

Alternativa de Canal; Marketing Directo: es cuando el productor vende el servicio directamente al usuario final sin intermediarios. En este caso al tratarse de un servicio donde no existen intermediarios la venta de los programas de capacitación se va a realizar directamente desde la Coordinación de Extensión de la Facultad de Administración y Contables de la PUCE hacia el cliente final.

El Marketing Directo resulta ser el modelo más eficiente en este tipo de servicio, puesto que transfiere de manera directa los beneficios e información detallada de cada programa de capacitación, considerando de manera personalizada el requerimiento e inquietudes de cada cliente.

Otro beneficio al no existir intermediarios dentro del canal, es que permite realizar una medición y evaluación (feedback) mucho más objetiva sobre la efectividad de respuesta que hay entre los elementos de la comunicación evitando así sesgos en la información.

Correo Directo o Mailing: “El correo directo (también conocido como mailing) es una variedad de marketing directo que consiste en enviar información publicitaria por correo postal o correo electrónico; esto es, un folleto publicitario que suele ir acompañado de una carta personalizada.”<sup>34</sup>

Se considera que esta es la mejor alternativa por ser rápida, no tan costosa y se logra contactarse directamente con el cliente que a su vez nos da la facilidad de detectar clientes realmente interesados y mejorar el servicio mediante una información más personalizada.

---

<sup>34</sup> WIKIPEDIA. (2010). [<http://es.wikipedia.org/wiki/Mailing>], *Mailing*.

Para lo cual es menester contar con una buena base de datos que se ajuste al perfil de clientes la misma que tiene que ser periódicamente actualizada conforme al informe de receptividad del envío publicitario.

Mientras que para el segmento B2B, sería recomendable tener una persona encargada de promocionar y ofertar los programas de capacitación directamente con el delegado del departamento de Recursos Humanos en el área de capacitación de cada empresa.

- **Objetivos del Marketing Directo**

El Área de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE al adoptar la técnica de Marketing Directo busca los siguientes objetivos.

Otorgar al cliente a través del canal, todos los niveles de prestación de servicios posibles para lograr un elevado grado de satisfacción al comprar los paquetes de capacitación.

Definir las técnicas más idóneas para conformar el canal para la venta del servicio.

## 4.1.5.3. Precio

➤ **Estructura de Costos**

De acuerdo a las Normas para el Funcionamiento de Programas y Cursos de Educación Continua emitidas a través de la Dirección General Académica de la PUCE el 1° de Abril del 1998 y aprobadas por el Dr. Hernán A. Andrade Tobar, S.J., Rector durante el año mencionado se establece una **Tabla de Simulación Financiera** que considera los siguientes ítems sobre los gastos que conlleva el desarrollo de un programa de capacitación:

**Tabla N° 47**  
**ESTRUCTURA DE COSTOS**

| Costos Fijos      | Costos Variables | Porcentajes del Programa           |
|-------------------|------------------|------------------------------------|
| Movilización      | Papelería        | IVA.- 12%                          |
| Marcadores        | Copias           | Coordinación (Máximo 7%)           |
| Tinta Impresora   | Anillados        | Promotor (Máximo 7%)               |
| Docente           | CD's             | Gestor (Máximo 7%)                 |
| Secretaria        | Computadoras     | <b>Fondo Facultad (10%)</b>        |
| Mensajero         | Refrigerios      | <b>Derecho Institucional (15%)</b> |
| Comisión Director | Certificados     | <b>Fondo Extensión (10%)</b>       |
|                   | Almuerzos        | Utilidad                           |

**Fuente:** Normas Funcionamiento de Programas y Cursos de Educación Continua

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Existen tres porcentajes importantes establecidos por la Dirección General Académica DGA, de los cuales es inamovible el porcentaje correspondiente al Derecho Institucional; mientras que los porcentajes del Fondo de la Facultad así como el Fondo de Extensión pueden variar en un - 5%. A continuación se describen de manera breve:

**Fondo de Extensión:** es destinado a cubrir lo siguiente:

- “Déficits eventuales de los programas que no alcanzaron las expectativas de autofinanciamiento
- Pago eventual al gestor de un curso o programa
- Pago eventual al promotor
- Pago, cuando la situación lo requiera, de bonificaciones por trabajo de la secretaria y del mensajero
- Gastos de clausura”<sup>35</sup>

El fondo de extensión se incrementará con el porcentaje asignado en la tabla para gastos de publicidad cuando este porcentaje por las características del curso no se utilice.

Si el fondo de extensión no alcanzara para cubrir el déficit de un curso, este se cubrirá con el Fondo de Desarrollo de la Facultad o Escuela.

**Fondo de Desarrollo de la Facultad:** el objetivo es que esta unidad pueda cubrir gastos de adquisición de equipos, libros,

---

<sup>35</sup> PUCE – DGA – COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN Y EDUCACIÓN CONTINUA. (1998). *Normas para el Funcionamiento de Programas y Cursos de Educación Continua*. Ecuador. p. 6.

material didáctico, o en actualización de los docentes en temas específicos de su interés, en programas fuera de la PUCE.

Previamente se propuso designar las funciones del Promotor y Gestor al Coordinador, lo cual disminuye la carga de costos y a su vez permite fijar un precio más atractivo bajo el contexto del mercado<sup>36</sup>.

➤ **Disposición de Pago**

Es importante conocer la disposición de pago de los entrevistados en cada segmento analizado. En el segmento B2C el promedio de pago por un curso de 40 horas es de **\$ 200,00** en el caso del segmento B2B el promedio de pago anual de capacitación por persona es de **\$842,78**; lo cual es un referente inicial para establecer el precio de los programas de capacitación.

➤ **Precios Vigentes en el Mercado**

A continuación se detalla el precio promedio en cuanto a programas de capacitación dirigidos al Segmento B2C de las principales instituciones en Quito.

---

<sup>36</sup> *Ibíd.* p. 6.

| <b>Tabla N° 48</b>                         |                 |
|--------------------------------------------|-----------------|
| <b>PRECIOS COMPETENCIA PRIMER ANÁLISIS</b> |                 |
| Institución Educativa                      | Precio Promedio |
| CEC - ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL         | \$ 190,00       |
| FLACSO                                     | \$ 220,00       |
| TECNOLÓGICO DE MONTERREY                   | \$ 3.200,00     |
| F. CICERÓN (U. SAN FRANCISCO QUITO)        | \$ 843,00       |
| UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR            | \$ 85,00        |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

| <b>Tabla N° 49</b>                          |                 |
|---------------------------------------------|-----------------|
| <b>PRECIOS COMPETENCIA SEGUNDO ANÁLISIS</b> |                 |
| Otras instituciones                         | Precio Promedio |
| SECAP                                       | \$ 35,00        |
| CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ)           | \$ 193,00       |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

*\*El promedio corresponde al precio vigente a Diciembre 2009 (Período de Investigación de Mercado)*

Claramente se puede apreciar que el precio promedio de las instituciones educativas es superior al precio establecido por parte del SECAP y de la Cámara de Comercio de Quito. El precio más alto del mercado corresponde al Tecnológico de Monterrey seguido por la Fundación Cicerón, instituciones orientadas a un segmento de nivel socioeconómico alto; de hecho los programas del Tecnológico de Monterrey están diseñados para ejecutivos de cargos altos, a su vez los programas de Cicerón abordan temas muy especializados.

El CEC presenta variedad de temas actuales con un contenido amplio y un precio bastante accesible, en cambio la Universidad Central a través de UNIDEC ofrece cursos de temas básicos con poco nivel de especialización, su enfoque no está dirigido a profesional con cargos de rango medio.

Por otro lado la FLACSO ofrece programas afines en temas administrativos pero su incidencia es menor, no es un competidor importante.

Finalmente el SECAP tiene un fuerte posicionamiento reflejado con un indicador de TOM correspondiente al 60%, y mantiene altos indicadores en varios aspectos, sin embargo su orientación no es hacia altos ejecutivos sino más bien ofrece programas de interés masivo. La Cámara de Comercio de Quito ofrece cursos principalmente en temas referentes a emprendimiento y administración de negocios, y es el segundo en cuanto a indicadores de conocimiento y servicio.

En cuanto al Segmento B2B las instituciones que ofrecen cursos de capacitación.

➤ **Fijación de precios en base a modalidades de capacitación**

En base al Simulador de Costos a través del análisis del punto de equilibrio se obtuvieron algunas alternativas de los programas de capacitación a desarrollarse, en todas se consideraron los siguientes aspectos:

- Entrega de una carpeta y un esfero a cada asistente, cuyo valor consta en el ítem de papelería, así como un block de notas contemplado en el ítem de anillados. Ver anexo 19.
- Se ha descartado la asignación de comisión para el Gestor y el Promotor, por cuanto el Coordinador del Área y su asistente desarrollarán las actividades de implementación del curso.
- Se calculó el valor del programa sin impuestos.

A continuación se presentan cuatro modalidades para los programas de capacitación en base a los porcentajes establecidos por la Coordinación de Extensión de la PUCE.

|                       |        |
|-----------------------|--------|
| Fondo Facultad        | 10,00% |
| Derecho Institucional | 15,00% |
| Fondo Extensión       | 10,00% |

Dichos porcentajes son determinantes en el momento de establecer el precio por persona de cada programa, por lo cual se analiza la incidencia de dos variables que podrían modificarse: el porcentaje del Fondo de Facultad y del Fondo de Extensión.

**Modalidad 1:** La primera alternativa considera la participación de 25 personas que requieren un programa de capacitación sin la utilización del centro de cómputo y en un horario de atención de lunes a viernes de 18h00 a 20h00.

**Tabla N° 50**  
**ANÁLISIS DE COSTOS MODALIDAD 1**

|                         |                       | <b>Cant.</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Valor Final</b> |
|-------------------------|-----------------------|--------------|------------------------|--------------------|
| <b>Costos Fijos</b>     | Marcadores :          | 3            | 0,52                   | 1,56               |
|                         | Docente :             | 40           | 50,00                  | 2.000,00           |
|                         | Secretaria :          |              |                        | 100,00             |
|                         | <b>Subtotal 1</b>     |              |                        | <b>2.101,56</b>    |
| <b>Costos Variables</b> | Papelería             | 25           | 1.10                   | 27.50              |
|                         | Anillados :           | 25           | 0,60                   | 15,00              |
|                         | CD's :                | 25           | 0,50                   | 12,50              |
|                         | Certificados :        | 25           | 1,00                   | 25,00              |
|                         | <b>Subtotal 2</b>     |              |                        | <b>80,00</b>       |
| <b>Porcentajes</b>      | Coordinación          |              |                        | 7,00%              |
|                         | Fondo Facultad        |              |                        | 10,00%             |
|                         | Derecho Institucional |              |                        | 15,00%             |
|                         | Fondo Extensión       |              |                        | 10,00%             |
|                         | Utilidad              |              |                        | 0,00%              |
|                         | <b>TOTAL:</b>         |              |                        | <b>42,00%</b>      |

**Fuente:** Tabla de Simulación Financiera

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Obteniendo de esta manera un precio de \$ **282.87**. En la siguiente tabla se realiza un análisis de precio unitario considerando la asignación de distintos porcentajes en el Fondo de Extensión y en el Fondo de Facultad.

**Tabla N° 51**  
**FIJACIÓN DE PRECIO ESCENARIO 1**

|                        |            | <b>Fondo Facultad</b> |           |           |           |           |            |
|------------------------|------------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
|                        |            | <b>5%</b>             | <b>6%</b> | <b>7%</b> | <b>8%</b> | <b>9%</b> | <b>10%</b> |
| <b>Fondo Extensión</b> | <b>5%</b>  | 241,27                | 244,87    | 248,58    | 252,40    | 256,35    | 260,42     |
|                        | <b>6%</b>  | 244,87                | 248,58    | 252,40    | 256,35    | 260,42    | 264,62     |
|                        | <b>7%</b>  | 248,58                | 252,40    | 256,35    | 260,42    | 264,62    | 268,95     |
|                        | <b>8%</b>  | 252,40                | 256,35    | 260,42    | 264,62    | 268,95    | 273,44     |
|                        | <b>9%</b>  | 256,35                | 260,42    | 264,62    | 268,95    | 273,44    | 278,07     |
|                        | <b>10%</b> | 260,42                | 264,62    | 268,95    | 273,44    | 278,07    | 282,87     |

**Fuente:** Tabla de Simulación Financiera

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Considerando la asignación del 5% en el Fondo de Facultad y en el Fondo de Extensión el precio obtenido sería \$ 241,27 lo cual se encuentra en el rango de intención de compra de \$ 150,00 a \$ 250,00 de acuerdo a la Investigación de Mercados del Segmento B2C. En el caso de mantener el precio con los porcentajes actuales de asignación de 10% para cada fondo el precio sería \$ 282.87 valor que sería aceptado en el mercado por un menor número de personas.

**Modalidad 2:** Se analizó una segunda alternativa en base a la participación de 25 personas que requieren un programa de capacitación con la utilización del centro de cómputo y en un horario de atención de lunes a viernes de 18h00 a 20h00.

**Tabla N° 52**  
**ANÁLISIS DE COSTOS MODALIDAD 2**

|                         |                       | <b>Cant.</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Valor Final</b> |
|-------------------------|-----------------------|--------------|------------------------|--------------------|
| <b>Costos Fijos</b>     | Movilización :        |              |                        |                    |
|                         | Marcadores :          | 3            | 0,52                   | 1,56               |
|                         | Docente :             | 40           | 50,00                  | 2.000,00           |
|                         | Secretaria :          |              |                        | 100,00             |
|                         | <b>Subtotal 1</b>     |              |                        | <b>2.101,56</b>    |
| <b>Costos Variables</b> | Papelería             | 25           | 1,10                   | 27,50              |
|                         | Anillados :           | 25           | 0,60                   | 15,00              |
|                         | CD's :                | 25           | 0,50                   | 12,50              |
|                         | Computadoras :        | 40           | 1,80                   | 72,00              |
|                         | Certificados :        | 25           | 1,00                   | 25,00              |
|                         | <b>Subtotal 2</b>     |              |                        | <b>152,00</b>      |
| <b>Porcentajes</b>      | Coordinación          |              |                        | 7,00%              |
|                         | Fondo Facultad        |              |                        | 10,00%             |
|                         | Derecho Institucional |              |                        | 15,00%             |
|                         | Fondo Extensión       |              |                        | 10,00%             |
|                         | Utilidad              |              |                        | 0,00%              |
|                         | <b>TOTAL :</b>        |              |                        | <b>42,00%</b>      |

**Fuente:** Tabla de Simulación Financiera

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

En esta modalidad se obtiene un precio de \$ **400,11** considerando los porcentajes actuales de asignación en cada fondo. A continuación se realiza un análisis de precio unitario.

**Tabla N° 53**  
**FIJACIÓN DE PRECIO ESCENARIO 2**

|                        |            | <b>Fondo Facultad</b> |           |           |           |           |               |
|------------------------|------------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------|
|                        |            | <b>5%</b>             | <b>6%</b> | <b>7%</b> | <b>8%</b> | <b>9%</b> | <b>10%</b>    |
| <b>Fondo Extensión</b> | <b>5%</b>  | 341,27                | 346,36    | 351,61    | 357,02    | 362,60    | 368,35        |
|                        | <b>6%</b>  | 346,36                | 351,61    | 357,02    | 362,60    | 368,35    | 374,29        |
|                        | <b>7%</b>  | 351,61                | 357,02    | 362,60    | 368,35    | 374,29    | 380,43        |
|                        | <b>8%</b>  | 357,02                | 362,60    | 368,35    | 374,29    | 380,43    | 386,77        |
|                        | <b>9%</b>  | 362,60                | 368,35    | 374,29    | 380,43    | 386,77    | 393,33        |
|                        | <b>10%</b> | 368,35                | 374,29    | 380,43    | 386,77    | 393,33    | <b>400,11</b> |

**Fuente:** Tabla de Simulación Financiera

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Es importante analizar el impacto de los porcentajes de cada fondo en la asignación del precio unitario final, por cuanto esto determinará la aceptación de la demanda, en este caso con una reasignación del 5% para cada fondo el precio sería de \$ 341.27.

**Modalidad 3:** Se analizó una tercera alternativa en base a la participación de 25 personas que requieren un programa de capacitación sin la utilización del centro de cómputo y en horario de atención de sábados de 09h00 a 17h00.

**Tabla N° 54**  
**ANÁLISIS DE COSTOS MODALIDAD 3**

|                         |                       | <b>Cant.</b> | <b>P.<br/>Unitario</b> | <b>Valor<br/>Final</b> |
|-------------------------|-----------------------|--------------|------------------------|------------------------|
| <b>Costos Fijos</b>     | Marcadores :          | 3            | 0,52                   | 1,56                   |
|                         | Docente :             | 40           | 50,00                  | 2.000,00               |
|                         | Secretaria :          |              |                        | 100,00                 |
|                         | <b>Subtotal 1</b>     |              |                        | <b>2.101,56</b>        |
| <b>Costos Variables</b> | Papelería             | 25           | 1,10                   | 27,50                  |
|                         | Anillados :           | 25           | 0,60                   | 15,00                  |
|                         | CD's :                | 25           | 0,50                   | 12,50                  |
|                         | Certificados :        | 25           | 1,00                   | 25,00                  |
|                         | Almuerzos :           | 25           | 4,00                   | 100,00                 |
|                         | <b>Subtotal 2</b>     |              |                        | <b>180,00</b>          |
| <b>Porcentajes</b>      | Coordinación          |              |                        | 7,00%                  |
|                         | Fondo Facultad        |              |                        | 10,00%                 |
|                         | Derecho Institucional |              |                        | 15,00%                 |
|                         | Fondo Extensión       |              |                        | 10,00%                 |
|                         | Utilidad              |              |                        | 0,00%                  |
|                         | <b>Total:</b>         |              |                        | <b>42,00%</b>          |

**Fuente:** Tabla de Simulación Financiera

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

En esta modalidad se obtiene un precio de \$ **455,28**; si bien es cierto esta alternativa contempla mayor utilización de insumos, sin embargo los porcentajes de asignación para cada fondo encarecen aún más el precio de venta.

**Tabla N° 55**  
**FIJACIÓN DE PRECIO ESCENARIO 3**

|                 |     | Fondo Facultad |        |        |        |        |        |
|-----------------|-----|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                 |     | 5%             | 6%     | 7%     | 8%     | 9%     | 10%    |
| Fondo Extensión | 5%  | 388,33         | 394,12 | 400,09 | 406,25 | 412,60 | 419,15 |
|                 | 6%  | 394,12         | 400,09 | 406,25 | 412,60 | 419,15 | 425,91 |
|                 | 7%  | 400,09         | 406,25 | 412,60 | 419,15 | 425,91 | 432,89 |
|                 | 8%  | 406,25         | 412,60 | 419,15 | 425,91 | 432,89 | 440,10 |
|                 | 9%  | 412,60         | 419,15 | 425,91 | 432,89 | 440,10 | 447,56 |
|                 | 10% | 419,15         | 425,91 | 432,89 | 440,10 | 447,56 | 455,28 |

**Fuente:** Tabla de Simulación Financiera

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Modalidad 4:** Se analizó una tercera alternativa en base a la participación de 25 personas que requieren un programa de capacitación con la utilización del centro de cómputo y en horario de atención de sábados de 09h00 a 17h00.

**Tabla N° 56**  
**ANÁLISIS DE COSTOS MODALIDAD 4**

|                  |                | Cant. | P. Unitario | Valor Final |
|------------------|----------------|-------|-------------|-------------|
| Costos Fijos     | Marcadores :   | 3     | 0,52        | 1,56        |
|                  | Docente :      | 40    | 50,00       | 2.000,00    |
|                  | Secretaria :   |       |             | 100,00      |
|                  | Subtotal 1     |       |             | 2.001,56    |
| Costos Variables | Papelería      | 25    | 1,10        | 27,50       |
|                  | Anillados :    | 25    | 0,60        | 15,00       |
|                  | CD's :         | 25    | 0,50        | 12,50       |
|                  | Computadoras : | 40    | 1,80        | 72,00       |
|                  | Certificados : | 25    | 1,00        | 25,00       |

|                    |                       | <b>Cant.</b> | <b>P. Unitario</b> | <b>Valor Final</b> |
|--------------------|-----------------------|--------------|--------------------|--------------------|
|                    | Almuerzos :           | 25           | 4,00               | 100,00             |
|                    | Subtotal 2            |              |                    | 252,00             |
| <b>Porcentajes</b> | Coordinación          |              |                    | 7,00%              |
|                    | Fondo Facultad        |              |                    | 10,00%             |
|                    | Derecho Institucional |              |                    | 15,00%             |
|                    | Fondo Extensión       |              |                    | 10,00%             |
|                    | Utilidad              |              |                    | 0,00%              |
|                    | <b>TOTAL :</b>        |              |                    | <b>42,00%</b>      |

**Fuente:** Tabla de Simulación Financiera

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

En esta última modalidad se obtiene un precio de \$ **579,42**. A continuación se realiza un análisis de precio unitario.

**Tabla N° 57**  
**FIJACIÓN DE PRECIO ESCENARIO 4**

|                        |            | <b>Fondo Facultad</b> |               |               |               |               |               |
|------------------------|------------|-----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                        | 579        | 5%                    | 6%            | 7%            | 8%            | 9%            | 10%           |
| <b>Fondo Extensión</b> | 5%         | 494,21                | 501,59        | 509,19        | 517,02        | 525,10        | 533,43        |
|                        | 6%         | 501,59                | 509,19        | 517,02        | 525,10        | 533,43        | 542,04        |
|                        | 7%         | 509,19                | 517,02        | 525,10        | 533,43        | 542,04        | 550,92        |
|                        | 8%         | 517,02                | 525,10        | 533,43        | 542,04        | 550,92        | 560,10        |
|                        | 9%         | 525,10                | 533,43        | 542,04        | 550,92        | 560,10        | 569,60        |
|                        | <b>10%</b> | <b>533,43</b>         | <b>542,04</b> | <b>550,92</b> | <b>560,10</b> | <b>569,60</b> | <b>579,42</b> |

**Fuente:** Tabla de Simulación Financiera

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Los precios que se obtienen al analizar las distintas modalidades podrían ser manejados para el Segmento B2B considerando el promedio de pago anual por empleado que de acuerdo a la Investigación de Mercados oscila en \$ 800, sin embargo para el segmento B2C los precios sobrepasan la disposición de pago

declarada en el Investigación de Mercados que es en promedio \$ 200,00.

➤ **Estrategia de Fijación de Precios**

Considerando el alto impacto de los costos se sugiere aplicar una estrategia de descremen, es decir establecer inicialmente un precio alto para captar el interés de un sector socioeconómico alto del mercado, luego se debería bajar el precio de los programas de capacitación a fin de que los mismos sean accesibles al público.

El éxito de la implementación del marketing mix radica en el manejo integral al elaborar los programas de capacitación, en la capacidad comercial de vender los mismos y en la fijación adecuada del precio del servicio, será imprescindible considerar la utilización de indicadores de gestión que permitan tomar medidas correctivas durante el desarrollo de las estrategias comerciales.

## CAPÍTULO V

### 5. PLAN DE PROMOCIÓN

#### 5.1. CONSIDERACIONES PREVIAS

De acuerdo a Hoffman es importante considerar las etapas de compra del consumidor.

##### 5.1.1. Etapa previa a la compra

- Estímulo: EDEP utilizará distintas *señales comerciales* como material impreso, mailing y anuncios de prensa, lo que incentivará al target a una evaluación inicial del servicio ofertado. Se utilizará adicionalmente *señales sociales*, es decir se utiliza la referencia y recomendación por parte de los egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables.
- Concientización del problema: en esta fase el cliente es consciente de que requiere recibir un programa de capacitación por lo cual buscará satisfacer dicha necesidad.
- Búsqueda de información: la siguiente fase implica que el cliente buscará diferentes alternativas para cubrir su necesidad, por lo cual analizará todas las instituciones que brinden el servicio de capacitación a

través del “conjunto evocado” es decir una lista de marcas que están en el mente del consumidor dentro de la categoría que permita cubrir su necesidad.

- Evaluación de alternativas: en la última etapa previa a la compra el cliente analizará de manera sistemática, es decir una persona que no ha tenido un acercamiento dentro de la PUCE calificará cada uno de los atributos funcionales del servicio de capacitación de manera racional; sin embargo una persona con algún vínculo dentro de la PUCE evaluará de manera no sistemática es decir emocional, la alternativa de tomar un programa de capacitación dentro de la institución.

### **5.1.2. Etapa de consumo**

Esta fase implica las actividades para adquirir el servicio seleccionado considerando la evaluación previa realizada.

### **5.1.3. Etapa de evaluación posterior a la compra**

Esta última fase el consumidor es crítico respecto a la decisión que tomó, por lo tanto puede sentirse satisfecho o insatisfecho con el servicio.

Es importante por lo tanto que EDEP pueda crear la experiencia que busca el cliente en cada etapa del servicio.

#### 5.1.4. Problemas de comunicación

- La Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE carece de un plan de promoción que permita conocer al público sus programas de capacitación que ofrece.
- Ausencia de posicionamiento e imagen de marca en la mente del consumidor como consecuencia al primer problema mencionado.
- La falta de utilización de medios de comunicación modernos y enfocados de manera directa para los segmentos establecidos B2B y B2C.
- La ausencia de un presupuesto definido para cubrir los costos de promoción que permitan la implementación del plan requerido.
- Los medios de comunicación no permiten llegar al target establecido.
- Falta de difusión interna de los programas de capacitación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

## 5.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

### 5.2.1. Objetivo General

Elaborar un Plan de Promoción con el fin de difundir los programas de capacitación que ofrece la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE a través de EDEP.

### 5.2.2. Objetivos Específicos

- Construir la imagen de EDEP para ingresar al mercado de capacitación considerando los atributos diferenciadores de la marca.
- Posicionar a EDEP como un ofertante del servicio de capacitación utilizando el aval de la marca PUCE.
- Difundir el servicio de capacitación de EDEP a través de medios internos dentro de la universidad.
- Difundir el servicio de capacitación en el segmento B2C.
- Difundir el servicio de capacitación en el segmento B2B.

- Evaluar el impacto de los medios de comunicación utilizados para los segmentos B2C y B2B mediante los indicadores previamente establecidos.
- Evaluar el grado de venta en base a los medios de comunicación empleados.
- Desarrollar el presupuesto del Plan de Promoción que contemple los parámetros financieros establecidos por la Dirección Administrativa de la PUCE.

### 5.3. SELECCIONAR UNA AUDIENCIA OBJETIVO

La segmentación realizada en el capítulo IV será la audiencia objetivo.

- **Segmento B2B:** empresas que requieren programas de capacitación enfocados en temas administrativos, contables, de marketing, de productividad y financieros desarrollado a la medida de sus necesidades que permitan el desarrollo de destrezas laborales en áreas claves de la organización.
- **Segmento B2C:** personas que estén actualmente empleados y requieran programas de capacitación enfocados en temas de Administración, Contabilidad, Auditoría, Marketing, Productividad, Finanzas y afines; que les permitan lograr un mejor desempeño dentro del ámbito laboral. Es importante considerar que

dentro de este segmento se encuentran los egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

#### 5.4. MENSAJE A TRANSMITIR A LA AUDIENCIA OBJETIVO

##### 5.4.1. Objetivos

El mensaje con el que se va a llegar a la audiencia objetivo tiene como propósito:

- Crear expectativa para producir interés de compra en la audiencia objetivo.
- Lanzar y dar a conocer los servicios y programas de capacitación que ofrece la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.
- Transmitir los beneficios y ventajas que posee el adquirir un programa de capacitación en la PUCE.
- Fortalecer y posicionar la marca PUCE dentro del mercado de capacitación.

#### **5.4.2. Información Institucional**

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador a través de la Unidad de Vinculación con la Colectividad busca proyectar a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables mediante proyectos y actividades con instituciones externas comprometiéndose con las necesidades de la sociedad.

EDEP nace en respuesta a la necesidad de capacitación profesional tanto de personas como empresas, con el fin de crear espacios de discusión que contemplen el desarrollo de habilidades y destrezas en el ámbito laboral mediante la actualización del conocimiento.

La experiencia académica, el personal altamente calificado y la diversidad de programas académicos respaldan nuestro servicio.

#### **5.4.3. Descripción del servicio**

El principal mensaje que se busca transmitir es que la Coordinación de Extensión de la Facultad de ciencia Administrativas y Contables de la PUCE ofrece el servicio de capacitación en temas administrativos y afines abiertos al público.

Segmento B2B: son cursos hechos a medida de las necesidades y exigencias del cliente (empresas) cuyo temario guarda relación con áreas administrativas y afines, este variara dependiendo de los requerimientos realizados.

Segmento B2C: son cursos permanentes cuyo temario será vigente durante un semestre, están enfocados en el área de Administración, Marketing, Finanzas y Productividad.

#### **5.4.4. Factores Diferenciadores**

**Marca PUCE:** busca promover el interés del grupo objetivo utilizando el aval de la marca PUCE que de manera implícita trasmite prestigio, trayectoria y calidad.

**Personal altamente calificado:** se comunicara la experiencia y preparación que poseen los docentes que dictaran los programas de capacitación en cada una de las especialidades administrativas.

**Infraestructura y tecnología:** se cuenta con aulas inteligentes, audiovisuales equipados con tecnología de punta, centro de cómputo, cafeterías y demás instalaciones que ofrecen un ambiente adecuado y agradable para el óptimo desempeño de los programas de capacitación.

**Horarios:** por tratarse de cursos de capacitación basados en temas administrativos se programaran a horas fuera del horario de oficina, es decir, entre semana en de 19h00 a 21h00 y los sábados de 9h00 a 16h00.

## 5.5. DESARROLLO ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

Para crear estrategias de comunicación efectivas es necesario considerar los hábitos de exposición a medios de comunicación de cada segmento. De acuerdo a los resultados obtenidos en la Investigación de Mercado del Segmento B2B, el 42% de las empresas utilizan el correo electrónico como medio de comunicación para conocer sobre nuevos temas de capacitación, y la segunda alternativa utilizada es el Internet con un 21%. De manera similar la Investigación realizada en el Segmento B2C revela que el 66% utilizada el Internet o el correo electrónico para conocer sobre nuevos programas de capacitación, su segunda alternativa es a través de periódicos con un 26%.

A continuación se definen las estrategias y las acciones que se implementarán para cumplir con los objetivos establecidos.

**Tabla N° 58**  
**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 1**

|                   |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                             |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| <b>OBJETIVO 1</b> | <b>Construir la imagen de EDEP para ingresar al mercado de capacitación considerando los atributos diferenciadores de la marca.</b>                                                                                  |                                                                             |
| <b>ESTRATEGIA</b> | Se desarrollará la estrategia creativa en base al nombre, logotipo y slogan de la marca enmarcados en los colores corporativos de la PUCE.                                                                           |                                                                             |
|                   | <b>ACCIONES</b>                                                                                                                                                                                                      | <b>INDICADORES</b>                                                          |
|                   | Elaborar las piezas publicitarias para los segmentos B2B y B2C adaptados a los medios de comunicación seleccionados                                                                                                  | Número de solicitudes de información en base a estos medios/ total llamadas |
|                   | Elaborar un brochure que permita la presentación de EDEP y sus productos                                                                                                                                             |                                                                             |
|                   | Crear una sección especial dentro de la página web de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE a fin de que las personas tengan acceso a información actualizada sobre la programación de EDEP | Medir el número de visitas al sitio web                                     |
|                   | Utilizar material impreso como libretines para uso de los clientes en los cursos de capacitación                                                                                                                     | No aplica                                                                   |
|                   | Adquirir material promocional con el logo de EDEP como esferos y blocks de notas pequeños                                                                                                                            |                                                                             |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Tabla N° 59**  
**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 2**

|                                                                                                      |                                                                                                                       |                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>OBJETIVO 2</b>                                                                                    | <b>Posicionar a EDEP como un ofertante del servicio de capacitación utilizando el aval de la marca PUCE.</b>          |                                                                                                                                        |
| <b>ESTRATEGIA</b>                                                                                    | Utilizar el logotipo EDEP a fin de utilizar esta fortaleza en beneficio del servicio ofertado durante toda la campaña |                                                                                                                                        |
| <b>ACCIONES</b>                                                                                      |                                                                                                                       | <b>INDICADORES</b>                                                                                                                     |
| Difundir los beneficios en cuanto a temarios, contenido y número de horas de cada programa           |                                                                                                                       | Medir la satisfacción a través de la encuesta de evaluación final. Número de personas satisfechas/ total de asistentes a cada programa |
| Difundir los beneficios referentes a infraestructura, recursos tecnológicos y humanos especializados |                                                                                                                       |                                                                                                                                        |
| Difundir la importancia de obtener un diploma respaldado por la PUCE                                 |                                                                                                                       |                                                                                                                                        |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Tabla N° 60**  
**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 3**

|                                                                                                                                                             |                                                                                                           |                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>OBJETIVO 3</b>                                                                                                                                           | <b>Difundir el servicio de capacitación de EDEP a través de medios internos dentro de la Universidad.</b> |                                                                                                    |
| <b>ESTRATEGIA</b>                                                                                                                                           | Utilizar todos los medios internos de comunicación que posee la universidad                               |                                                                                                    |
| <b>ACCIONES</b>                                                                                                                                             |                                                                                                           | <b>INDICADORES</b>                                                                                 |
| Publicar los programas ofertados por EDEP en la Intranet, en el período de la Universidad y revistas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables |                                                                                                           | Medir el número de solicitudes de información receptoras a través de estos medios / total llamadas |
| Colocar afiches en las carteleras de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables; y en el Edificio Administrativo de la Universidad                 |                                                                                                           |                                                                                                    |
| Difundir a través de Radio Activa los programas ofertados                                                                                                   |                                                                                                           |                                                                                                    |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Tabla N° 61**  
**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 4**

|                   |                                                                                                                                                                                                     |                                                                                    |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>OBJETIVO 4</b> | <b>Difundir el servicio de capacitación en el segmento B2C a través de medios de comunicación masiva.</b>                                                                                           |                                                                                    |
| <b>ESTRATEGIA</b> | Utilizar medios de comunicación masivos                                                                                                                                                             |                                                                                    |
|                   | <b>ACCIONES</b>                                                                                                                                                                                     | <b>INDICADORES</b>                                                                 |
|                   | Publicar los programas ofertados en El Comercio considerando que es el periódico de mayor circulación en Quito, y en la Revista Semanal Líderes especializada en temas de negocios y empresariales. | Número de inscritos que conocieron el servicio a través del medio/ Total inscritos |
|                   | Mailing dirigido a personas que cumplan el perfil del segmento a través de Multitabajos, considerando que poseen bases de datos actualización y con una segmentación previa                         | Medir el nivel de aceptación del envío realizado (Anexo 20)                        |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Tabla N° 62**  
**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 5**

|                   |                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                        |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <b>OBJETIVO 5</b> | <b>Difundir el servicio de capacitación en el segmento B2B</b>                                                                                                                                                                                        |                                                                        |
| <b>ESTRATEGIA</b> | Utilizar medios de comunicación directos                                                                                                                                                                                                              |                                                                        |
|                   | <b>ACCIONES</b>                                                                                                                                                                                                                                       | <b>INDICADORES</b>                                                     |
|                   | Actualizar la base de datos levantada en la fase de Investigación de Mercado a fin de enviar la programación anual a los Jefes de Recursos Humanos o Capacitación dentro de las instituciones                                                         | Medir el incremento semestral de contactos en la base de datos         |
|                   | Seleccionar un grupo de empresas reconocidas dentro de cada sector económico a fin de realizar visitas para presentar a EDEP, identificar las necesidades de capacitación y elaborar una propuesta que se ajuste a los requerimientos de cada empresa | Visitas previstas /visitas efectivas                                   |
|                   | Enviar un mail informativo semestral a Gerentes de Recursos Humanos/ Jefes de Recursos Humanos                                                                                                                                                        | Número de empresas interesadas en el servicio/ Total envíos realizados |
|                   | Ofrecer el servicio de diagnóstico de necesidades, considerando como un servicio adicional de asesoría brindado por EDEP                                                                                                                              | Medir el número de empresas interesadas en el servicio                 |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

## 5.6. DESARROLLO TÉCNICO

### 5.6.1. Políticas de Comunicación Institucional

A fin de cumplir los objetivos de comunicación planteados y considerando que EDEP deberá regirse por las políticas de comunicación establecidas en la PUCE se realizó una entrevista a Yohanna Piedra, Directora de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas, quien informó que los medios de comunicación internos utilizados son: TV Noticias, Intranet y Boletines de Prensa e indicó que los medios de comunicación externos asignados por la Dirección de Comunicación son: Diario El Comercio y la revista semanal Líderes.

Adicionalmente informó que las piezas publicitarias deben cumplir los parámetros establecidos en el Manual de Imagen Corporativa de la PUCE.<sup>37</sup>

### 5.6.2. Evaluación de Proveedores

Se realizó una visita personal en las instalaciones de *Diario El Comercio*, sucursal 12 de Octubre para solicitar una cotización detallada de los anuncios de prensa requeridos para el Plan de Promoción. A continuación se presentan las cotizaciones analizadas:

---

<sup>37</sup> PUCE. (2010). [[http://www.puce.edu.ec/documentos/manual\\_imagen\\_PUCEpdf](http://www.puce.edu.ec/documentos/manual_imagen_PUCEpdf)], **Manual de Imagen Corporativa.**

**Tabla N°63**  
**COTIZACIÓN ANUNCIOS PUBLICITARIOS EL COMERCIO**

| <b>PRIMERA SECCIÓN</b> |              |             |                     |                  |                    |
|------------------------|--------------|-------------|---------------------|------------------|--------------------|
| <b>Tamaño</b>          | <b>Ancho</b> | <b>Alto</b> | <b>Presentación</b> | <b>Precio</b>    | <b>Circulación</b> |
| 1/4                    | 14,59        | 25,72       | B/N                 | \$ 3330,00 + IVA | Domingo            |
| 1/4                    | 14,59        | 25,72       | COLOR               | \$ 4500,00 + IVA | Domingo            |

| <b>SECCIÓN TECNOLOGÍA</b> |              |             |                     |                   |                    |
|---------------------------|--------------|-------------|---------------------|-------------------|--------------------|
| <b>Tamaño</b>             | <b>Ancho</b> | <b>Alto</b> | <b>Presentación</b> | <b>Precio</b>     | <b>Circulación</b> |
| 1/4                       | 14,59        | 25,72       | B/N                 | \$ 2.430,00 + IVA | Domingo            |
| 1/4                       | 14,59        | 25,72       | COLOR               | \$ 3.300,00 + IVA | Domingo            |
| 1/8                       | 14,59        | 12,76       | B/N                 | \$ 1.215,00 + IVA | Domingo            |
| 1/8                       | 14,59        | 12,76       | COLOR               | \$ 1.650,00 + IVA | Domingo            |

**Fuente:** Visita realizada en instalaciones El Comercio

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**Tabla N° 64**  
**COTIZACIÓN ANUNCIOS PUBLICITARIOS LÍDERES**

| <b>Tamaño</b> | <b>Ancho</b> | <b>Alto</b> | <b>Presentación</b> | <b>Precio</b> | <b>Circulación</b> |
|---------------|--------------|-------------|---------------------|---------------|--------------------|
| 1/4           | 12,00        | 19,44       | B/N                 | 240 + IVA     | Lunes              |
| 1/4           | 12,00        | 19,44       | COLOR               | 320 + IVA     | Lunes              |

**Fuente:** Visita realizada en instalaciones El Comercio

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Adicionalmente se solicitó a Elizabeth Campaña, Asesora Publicitaria de **Greentek Database** empresa asociada con **Multitrabajos** una cotización para el servicio de Mailing, la cual se encuentra en el Anexo 20, esta empresa posee bases de datos, una vez que se han determinado las variables de segmentación se realiza el envío y se genera un reporte semanal para conocer los siguientes indicadores:

- Total de envíos realizados
- Aperturas efectivas

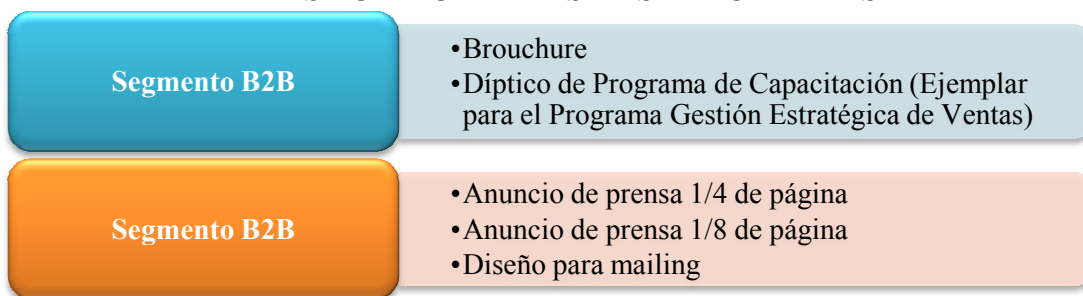
- Correos no entregados
- Número de clicks generados en el hipervínculo
- Porcentaje de quejas

Esta herramienta de comunicación permite conocer el nivel de interés del segmento en adquirir el servicio ofertado. El valor de la cotización es de \$ 300,00 por envío.

#### 5.7. DESARROLLO DE PIEZAS PUBLICITARIAS

A fin de lograr los objetivos propuestos se diseñaron las piezas publicitarias para difundir la oferta de los programas de capacitación. El desarrollo gráfico lo realizó la empresa FinalArte considerando el Manual de Imagen Corporativa de la PUCE y las piezas publicitarias fueron sometidas a la aprobación de la Coordinación de Comunicación Institucional.

**Gráfico N° 61**  
**PIEZAS PUBLICITARIAS DESARROLLADAS**



**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

**SEGMENTO B2B****BROCHURE**

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador a través de la Unidad de Vinculación con la Colectividad busca proyectar a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables mediante proyectos y actividades con instituciones externas comprometiéndose con las necesidades de la sociedad.

EDEP nace en respuesta a la necesidad de capacitación profesional tanto de personas como empresas, con el fin de crear espacios de discusión que contemplen el desarrollo de habilidades y destrezas en el ámbito laboral mediante la actualización del conocimiento.

La experiencia académica, el personal altamente calificado y la diversidad de programas académicos respaldan nuestro servicio.

# EDEP

EDUCACION Y DESARROLLO PROFESIONAL

*Promoviendo tu desarrollo!!*



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Y CONTABLES - PUCE**

## BROCHURE

## PROGRAMACIÓN I SEMESTRE 2010 - 2011

Con el fin de cubrir las áreas claves de capacitación EDEP desarrolla programas de capacitación adaptados a las necesidades de cada empresa.

EDEP cuenta con amplias instalaciones, parqueaderos, aulas virtuales, red inalámbrica y biblioteca brindando un excelente entorno de aprendizaje a los asistentes.






|                             |                                                                                                               |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Marketing</b>            | Dirección de Marketing I<br>Dirección de Marketing II<br>Servicio al cliente<br>Gestión Estratégica de Ventas |
| <b>Finanzas - Auditoría</b> | Gerencia Financiera<br>Declaraciones Tributarias<br>NIIFs                                                     |
| <b>Productividad</b>        | Balanced Scorecard<br>Gestión de procesos                                                                     |
| <b>Administración</b>       | Gestión de Talento Humano                                                                                     |

*Mayor información:*

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES - PUCE  
 Informes: Av. 12 de Octubre 1076 y Roca, Torre II, piso 11. Teléfono: (02) 2991 331  
[www.puce.edu.ec](http://www.puce.edu.ec) - [edep@facpuce.ec](mailto:edep@facpuce.ec)

RETIRO

## DÍPTICO PROGRAMA DE CAPACITACIÓN



**EDep**  
EDUCACION Y DESARROLLO PROFESIONAL

*Promoviendo tu desarrollo!!*

**PROGRAMA DE CAPACITACIÓN  
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE VENTAS**



*Mayor información:*


FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES - PUCE  
Informes: Av. 12 de Octubre 1076 y Roca, Torre II, piso 11. Teléfono: (02) 2991 331  
[www.puce.edu.ec](http://www.puce.edu.ec) - [edep@fcaepuce.ec](mailto:edep@fcaepuce.ec)

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES - PUCE

*EXTERIOR*

## DÍPTICO PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

### GESTIÓN ESTRATÉGICA DE VENTAS



**Descripción del Curso**

La Gestión Estratégica de Ventas requiere sistematizar técnicas, que mejoren la comunicación y maximicen la negociación con los potenciales clientes.

**Modalidad**      Presencial

**Duración**        40 Horas

**Metodología**    Teórico - Práctica

**Dirigido a:**      Directores Comerciales  
Ejecutivos de Ventas

**Objetivo General**

Lograr una formación integral dentro de la gestión comercial de productos y servicios.

**Objetivos Específicos**

Desarrollar una visión de la Administración de Ventas, que responda a los logros con respecto a los resultados de la empresa aplicando las técnicas de la materia.

Aplicar técnicas efectivas de ventas, manejo de objeciones y cierre de ventas.

**Contenido**

1.    **PLANIFICACIÓN DE VENTAS**
  - 1.1    Estimación del potencial de marketing y previsión de las ventas.
  - 1.2    Elaboración del presupuesto de ventas.
  - 1.3    Territorios de ventas.
  - 1.4    Cuotas de ventas .
2.    **ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL DE VENTAS**
  - 2.2    Organización de un equipo de ventas.
  - 2.3    Elaboración de perfil.
  - 2.4    Selección y contratación del personal.
  - 2.5    Capacitación de vendedores.
  - 2.6    Socialización de los nuevos vendedores.
  - 2.7    Desarrollo y ejecución de un programa de formación en ventas.
  - 2.8    Couching y taller de ventas.
3.    **DIRECCIÓN DE LAS OPERACIONES DE UN EQUIPO DE VENTAS**
  - 3.1    Couching y taller de ventas.
  - 3.2    Motivación del equipo de ventas.
  - 3.3    Sistema de compensación.
  - 3.4    Liderazgo y supervisión.
4.    **PROCESO DE VENTAS**
  - 4.1    Preparación y presentación de la empresa.
  - 4.2    Prospección, análisis de necesidades y oferta de beneficios.
  - 4.3    Manejo de objeciones.
  - 4.4    Negociación de las condiciones de venta.
  - 4.5    Cierre de ventas.
5.    **RENDIMIENTO DE VENTAS**
  - 5.1    Análisis del volumen de ventas.
  - 5.2    Recuperación de cartera.
  - 5.3    Análisis del costo y rentabilidad del marketing.
  - 5.4    Valoración del rendimiento individual de ventas.
  - 5.5    Responsabilidades éticas y legales de los directores de ventas.

*INTERIOR*

**SEGMENTO B2C****ANUNCIO DE PRENSA**



**EDEP**  
 EDUCACION Y DESARROLLO PROFESIONAL  
*Promoviendo tu desarrollo!!*

**PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN**

**Administración**  
 Plan de Negocios  
 Herramientas para la Toma de Decisiones  
 Administración de Personal

**Marketing**  
 Gestión Estratégica de Ventas  
 Servicio al Cliente  
 Investigación de Mercados  
 Métricas del Marketing

**Productividad**  
 Administración por procesos  
 Mejoramiento Continuo  
 Balanced ScoreCard  
 Indicadores de Gestión

**Contabilidad y Auditoría**  
 Tributación Fiscal  
 Análisis Financiero  
 NIIFs  
 Evaluación de Proyectos de Inversión


 MÁXIMA CATEGORÍA RATIFICADA POR EL CONEA (CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR DEL ECUADOR)

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES - PUCE**  
 Informes: Av. 12 de Octubre 1076 y Roca, Torre II, piso 11. Teléfono: (02) 2991 331  
 www.puce.edu.ec - edep@fcacpuce.ec

## ANUNCIO DE PRENSA

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
SERÉIS MIS TESTIGOS

**EDEP**  
EDUCACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL  
*Promoviendo tu desarrollo!!*

**PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN**

**Administración**  
Plan de Negocios  
Herramientas para la Toma de Decisiones  
Administración de Personal

**Marketing**  
Gestión Estratégica de Ventas  
Servicio al Cliente  
Investigación de Mercados  
Métricas del Marketing

**Productividad**  
Administración por procesos  
Mejoramiento Continuo  
Balanced ScoreCard  
Indicadores de Gestión

**Contabilidad y Auditoría**  
Tributación Fiscal  
Análisis Financiero  
NIIFs  
Evaluación de Proyectos de Inversión

**CATEGORÍA A**  
MÁXIMA CATEGORÍA RATIFICADA POR EL CONEA (CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR DEL ECUADOR)

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES - PUCUE**  
Informes: Av. 12 de Octubre 1076 y Roca, Torre II, piso 11. Teléfono: (02) 2991 331  
www.puce.edu.ec - edep@fcacpuce.ec

1/8 DE PÁGINA (14,59 X 12,76)

## DISEÑO PARA ENVÍO DE MAILING

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
SERÉIS MIS TESTIGOS

**EDEP**  
EDUCACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL  
*Promoviendo tu desarrollo!!*

**PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN**

**Administración**  
Plan de Negocios  
Herramientas para la Toma de Decisiones  
Administración de Personal

**Marketing**  
Gestión Estratégica de Ventas  
Servicio al Cliente  
Investigación de Mercados  
Métricas del Marketing

**Productividad**  
Administración por procesos  
Mejoramiento Continuo  
Balanced ScoreCard  
Indicadores de Gestión

**Contabilidad y Auditoría**  
Tributación Fiscal  
Análisis Financiero  
NIIFs  
Evaluación de Proyectos de Inversión

**CATEGORÍA A**  
**MÁXIMA CATEGORÍA RATIFICADA POR EL CONEA (CONSEJO NACIONAL DE ACREDITACIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR DEL ECUADOR)**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES - PUCE**  
Informes: Av. 12 de Octubre 1076 y Roca, Torre II, piso 11. Teléfono: (02) 2991 331  
[www.puce.edu.ec](http://www.puce.edu.ec) - [edep@fcacpuce.ec](mailto:edep@fcacpuce.ec)

## 5.8. PLAN DE MEDIOS

En base a los antecedentes expuestos, considerando la dinámica del mercado y el crecimiento de medios electrónicos como alternativas de comunicación y los recursos que posee la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables se ha establecido el siguiente plan de medios de comunicación para difundir los programas de capacitación de EDEP. El óptimo desempeño de la campaña publicitaria se basa en dos enfoques: Interno y Externo.

### **5.8.1. Enfoque Interno para el Segmento B2B**

- Considerando que el desarrollo de programas de capacitación del Segmento B2B requiere mayor personalización, y en caso de que se realice la implementación de la primera estrategia de desarrollo propuesta en el Capítulo 5, el Asistente de Coordinación de Extensión enviará semestralmente una comunicación al Personal de Recursos Humanos de la Base de Datos.
- Considerando que exista un equipo de ventas, el Coordinador de Extensión asignará semanalmente las visitas a realizarse en cada empresa en la cual se realizará la entrega del brochure corporativo.
- Los recursos financieros para realizar la promoción en este segmento están ligados a la remuneración mensual de los funcionarios que a

través de su gestión comunicarán los programas de capacitación que ofrece EDEP FCAC.

### 5.8.2. Enfoque Externo para el Segmento B2C

En cambio para el segmento B2C, se utilizará la implementación de medios masivos de comunicación de acuerdo al siguiente Plan de Medios.

**Tabla N° 65**  
**PROGRAMACIÓN SEMANAL DE MEDIOS PUBLICITARIOS**

| MEDIO   | PROVEEDOR   | CANTIDAD /SEMESTRE | TAMAÑO  | COLOR | SECCIÓN     | SEMANA |        |           |        |         |        |         |   |
|---------|-------------|--------------------|---------|-------|-------------|--------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|---|
|         |             |                    |         |       |             | lunes  | martes | miércoles | jueves | viernes | sábado | domingo |   |
| PRENSA  | LIDERES     | 1                  | 1/4 PAG | F/C   | DETERMINADA | 1      |        |           |        |         |        |         |   |
|         | EL COMERCIO | 1                  | 1/8 PAG | F/C   | TECNOLOGÍA  |        |        |           |        |         |        | 1       |   |
| MAILING | GREENTEK    | 1                  |         |       |             | 1      |        |           |        |         |        |         |   |
|         |             |                    |         |       |             | 2      |        |           |        |         |        |         | 1 |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

La efectividad en la utilización de estos medios de comunicación se realizará en base los indicadores de gestión establecidos en el desarrollo estratégico del Plan de Promoción.

Considerando los problemas de comunicación y el análisis estratégico para la comunicación de la oferta de EDEP se presenta en el siguiente capítulo un presupuesto para la implementación del mismo.

## CAPÍTULO VI

### 6. PRESUPUESTO DEL PLAN DE PROMOCIÓN

#### 6.1. OBJETIVO

“Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización”.<sup>38</sup>

Elaborar un presupuesto que permita la implementación del Plan de Promoción, analizando detalladamente los costos y luego proponiendo dos alternativas para la ejecución financiera del mismo durante el primer período o semestre.

#### 6.1.1. Costos

El desarrollo del presupuesto contempla costos de diseño e impresión de piezas publicitarias, publicación en medios de comunicación y costos operativos. A continuación se presentan las alternativas seleccionadas.

**Tabla N° 66**  
**COSTOS SERVICIO DISEÑO GRÁFICO FINALARTE**

| Cantidad | Descripción de diseño | Precio Unitario | Precio Total        |
|----------|-----------------------|-----------------|---------------------|
| 1        | Logotipo              | 75,00           | 75,00               |
| 2        | Anuncios de prensa    | 25,00           | 50,00               |
| 1        | Brochure              | 50,00           | 50,00               |
| 1        | Díptico programa      | 35,00           | 35,00               |
|          |                       |                 | <b>210,00 + IVA</b> |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

<sup>38</sup> VARIOS. (2005). [<http://riie.com.ar/?a=28371>], **Presupuesto**.

## 6.1.1.1. Costos Segmento B2B

Adicionalmente FinalArte proporcionó una cotización con varias alternativas por la impresión del brochure y del díptico para los programas de capacitación. (Ver Anexo 21). De esa lista se seleccionaron las siguientes alternativas:

**Tabla N° 67**  
**COSTOS DE IMPRESIÓN PIEZAS PUBLICITARIAS**  
**SEGMENTO B2B**

| <b>Cant.</b> | <b>Descripción</b>                                                 | <b>Precio Unitario</b> | <b>Precio Total</b> |
|--------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------------|
| 3000         | BROCHURE (trípticos tamaño A5 impresión full color)                | 0,11                   | 330,00              |
| 3000         | PROGRAMA DE CAPACITACIÓN (dípticos tamaño A5 impresión full color) | 0,10                   | 300,00              |
|              |                                                                    |                        | <b>630,00 + IVA</b> |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

Considerando la estrategia de crear un equipo de ventas y en base a la elección del marketing directo como principal herramienta para comunicar y vender el servicio de capacitación ofertado por EDEP sería conveniente contemplar los costos operativos de la fuerza de venta dentro del Presupuesto de Promoción. El costo principal será la remuneración mensual de los asesores de ventas, actualmente la remuneración básica es de \$ 240,00; para efectos del presupuesto se contempla la contratación de dos estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, debería analizarse bajo que figura legal serán contratados.

## 6.1.1.2. Costos Segmento B2C

Los costos considerados para el segmento B2C contemplan la utilización de medios masivos y se han seleccionado los siguientes:

**Tabla N°68**  
**COSTOS DE PUBLICACIÓN SEGMENTO B2C**

| MEDIO                       | Tamaño                 | Presentación | Precio            | Circulación |
|-----------------------------|------------------------|--------------|-------------------|-------------|
| El Comercio<br>(Tecnología) | 1/8<br>(14,59 x 12,76) | COLOR        | 1.650,00 +<br>IVA | Domingo     |
| Líderes                     | 1/4<br>(12,00 x 19,44) | COLOR        | 320 +<br>IVA      | Lunes       |

**Fuente:** Desarrollo Técnico Plan de Promoción

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

El servicio de Mailing contempla el valor \$ 300,00 + IVA por envío de acuerdo a la cotización de *Greentek Database* que consta en el Desarrollo Técnico del Plan de Promoción.

## 6.1.2. Presupuesto Alternativa 1

De acuerdo a los objetivos planteados en el Plan de Promoción y considerando el análisis de costos previo, a continuación se presenta el primer escenario que contempla la difusión de los programas de capacitación a través del Marketing Directo a través de la contratación de un equipo de ventas. Los valores que se presentan a continuación contemplan el valor final de cada servicio incluido impuestos.

**Tabla N°69**  
**PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN ALTERNATIVA 1**

|                                       |                 |
|---------------------------------------|-----------------|
| <b>Diseño de piezas publicitarias</b> | <b>235,20</b>   |
| <b>SEGMENTO B2B</b>                   |                 |
| Impresión de Brochure                 | 369,60          |
| Impresión de Dípticos                 | 336,00          |
| Marketing Directo                     | <b>480,00</b>   |
| Remuneración mensual fuerza de ventas | 240,00          |
| <b>Subtotal 1</b>                     | <b>1.185,60</b> |
| <b>SEGMENTO B2C</b>                   |                 |
| Mailing                               | 336,00          |
| Publicación El Comercio               | 1.848,00        |
| Publicación Líderes                   | 358,40          |
| <b>Subtotal 2</b>                     | <b>2.542,40</b> |
| <b>TOTAL PLAN DE PROMOCIÓN</b>        | <b>3.963,20</b> |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

### 6.1.3. Presupuesto Alternativa 2

En caso de que se desee analizar únicamente el diseño, impresión y publicación de las piezas publicitarias sin la utilización del Marketing Directo a través de la contratación de un equipo de ventas, se presenta la siguiente alternativa:

**Tabla N°70**  
**PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN ALTERNATIVA 2**

|                                       |                 |
|---------------------------------------|-----------------|
| <b>Diseño de piezas publicitarias</b> | <b>235,20</b>   |
| <b>SEGMENTO B2B</b>                   |                 |
| Impresión de Brochure                 | 369,60          |
| Impresión de Dípticos                 | 336,00          |
| <b>Subtotal 1</b>                     | <b>705,60</b>   |
| <b>SEGMENTO B2C</b>                   |                 |
| Mailing                               | 336,00          |
| Publicación El Comercio               | 1.848,00        |
| Publicación Líderes                   | 358,40          |
| <b>Subtotal 2</b>                     | <b>2.542,40</b> |
| <b>TOTAL PROMOCIÓN</b>                | <b>3.483,20</b> |

**Elaborado por:** Cristina Torres y Verónica Villagrán

#### **6.1.4. Análisis Concluyente**

Aunque el segundo escenario es más económico, el primero justifica la diferencia monetaria por cuanto la gestión que la fuerza de ventas permitirá el acercamiento con los clientes, comprendiendo sus necesidades y requerimientos dentro del contexto laboral, adicionalmente esto sería un factor diferenciador frente a la competencia y finalmente a nivel estratégico EDEP puede empezar a construir marca a través del marketing directo. El análisis de estos factores puede garantizar óptimos resultados.

## CAPÍTULO VII

### 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1. CONCLUSIONES

- El gobierno actual ha establecido una serie de reformas y medidas en varios ámbitos: fiscal, educativo, laboral, comercial. El gobierno ha establecido una serie de disposiciones con el fin de regular y controlar varios ámbitos, dentro de los cuales se encuentran las empresas, antes que deben cumplir una serie de obligaciones tributarias, legales y laborales, lo cual implica mayores desafíos para el empleador, un caso específico y vigente es el aumento de sueldo en el año 2010 con el fin de cubrir la canasta básica familiar lo cual representa un mayor desembolso para la empresa, lo cual implica un reajuste en el presupuesto destinado a los beneficios extras que se brinda al personal, específicamente la capacitación. A pesar de ello las regulaciones estatales representan una oportunidad de mercado, por cuanto las empresas deben cumplir las mismas y a su vez requieren personal capacitado para enfrentar el cumplimiento de dichas disposiciones, existe por lo tanto la demanda del servicio de capacitación y en respuesta a esto la Unidad de Vinculación con la Colectividad de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE pretende cubrir dicha demanda.
  
- Al realizar un análisis del proceso actual al que están sometidos los programas de capacitación que ofrece la Coordinación de Extensión de la

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, en la actividad que estipula que todo contenido de los programa de capacitación que se dicte tiene que ser aprobado y autorizado por la Dirección General Administrativo (DGA) de la PUCE, se concluye que en vez de agilizar el proceso podría demorar y obstaculizar el mismo.

- La Investigación de Mercado permitió determinar la competencia de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, de manera previa a la investigación a través de un análisis de fuentes secundarias se estableció una hipótesis general de los competidores fue: SECAP, Centro de Educación Continua de la Universidad Politécnica Nacional (CEC), Cámara de Comercio de Quito (CCQ), Fundación Cicerón de la Universidad San Francisco de Quito, Tecnológico de Monterrey, Unidad de Educación Continua de la Universidad Central del Ecuador (UNIDEC), ESPE, y FLACSO. Mediante las distintas metodologías de investigación utilizadas: cualitativa, cuantitativa y cliente fantasma, se determinó como competidores directos a las siguientes Instituciones de Educación Superior: Tecnológico de Monterrey, Fundación Cicerón de la Universidad San Francisco de Quito, Centro de Educación Continua de la Universidad Politécnica Nacional, considerando la trayectoria en el mercado, el target, la infraestructura, el contenido académico de los programas de capacitación, la excelencia académica y el precio. Mientras que los competidores indirectos son el SECAP, que si bien es cierto tiene un nivel del 34% en TOM se dirige a un target diferente de manera masiva dentro de un enfoque en áreas técnicas y en temas generales lo cual justifica sus precios,

por otro lado el servicio de capacitación de la Cámara de Comercio de Quito se dirige a empresas de manera personalizada en temas muy específicos. Se descartaron como competencia relevante a UNIDEC, ESPE y la FLACSO por cuanto su oferta académica no contempla temas referentes al área administrativas y afines.

- Las temáticas de interés de mayor relevancia en base a la Investigación fueron: Marketing, Ventas, Servicio al Cliente, Gerencia Financiera, Plan de Negocios, Declaraciones Tributarias, Productividad y Gestión del Talento Humano; estos resultados corroboran a su vez el análisis de sueldos y salarios realizado por Deloitte en Julio del presente año en el cual se destaca que las áreas que demandan más personal son: Operaciones, Marketing y Ventas.
- El promedio de pago por un curso cuya duración es de 40 horas es de \$ 250 en el segmento B2C; en el segmento B2B el promedio de horas de capacitación anual por persona es de 43,50 con un presupuesto promedio anual de \$ 842,78 por empleado. Estos parámetros permiten delinear de manera preliminar la demanda potencial del mercado en ambos segmentos.
- Realizando un análisis comparativo de los atributos buscados en una institución que ofrece el servicio de capacitación el segmento B2C declara que es determinante en el momento de la compra la oferta de contenidos actuales, horarios adaptados a profesionales y el aval de una institución educativa, el nivel de satisfacción promedio respecto a los cursos de capacitación recibidos es del 4,20 sobre una escala de 5. Para el Segmento

B2B la segunda opción para capacitar a sus empleados es recurrir a instituciones educativas, a su vez este segmento revela una contundente aceptación hacia el servicio de capacitación ofertado por la PUCE en base a la imagen de excelencia, experiencia académica y prestigio que significa la marca PUCE; atributos directamente relacionados con la oferta actual de la competencia.

- Al realizar el análisis FODA obtenido en base a la Investigación de Mercados, se determinaron las principales fortalezas y debilidades de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Entre las más destacadas están: el prestigio que respalda la marca PUCE otorgado por la trayectoria en el mercado, el personal altamente calificado, las instalaciones equipadas con tecnología de punta, la experiencia y el prestigio de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables al tener la Certificación de Calidad ISO 9001 – 2000 que avala el servicio brindado por la Coordinación de Extensión. En cuanto a debilidades se puede destacar la falta de desarrollo de programas de capacitación y por ende la falta de difusión de los mismos, la estructura actual de costos establecida por la Dirección General Académica que inciden directamente en el precio de los programas de capacitación y por ende se vuelven menos competitivos dentro del mercado actual y la estructura orgánica actual que no garantiza el acercamiento y la fidelización con clientes actuales y potenciales. Las fortalezas representan un importante activo para la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, y deben mantenerse; sin embargo es importante analizar ciertas

alternativas que permitan transformar las debilidades en fortalezas o por lo menos disminuir su impacto en la gestión del área.

- El análisis externo del FODA permitió detectar como principales oportunidades del mercado la calificación A obtenida por la PUCE a través del CONEA, máxima calificación asignada a universidades y escuelas politécnicas a nivel nacional. Otra oportunidad es la preferencia de las empresas en recibir programas de capacitación de manera presencial, y finalmente el entorno actual que enfrenta el país obligan a las empresas a buscar mecanismos que permitan una eficiente capacidad de respuesta para lograr sus objetivos, razón por la cual requieren personal altamente calificado. Entre las principales amenazas del mercado se encuentra el desarrollo tecnológico de sistemas virtuales de capacitación o a su vez técnicas de intercambio entre sedes de empresas multinacionales que permiten impartir conocimientos de filiales internacionales dentro del país.
- A pesar de todo lo descrito es importante desarrollar estrategias que permitan crear alianzas entre las principales compañías de Quito a través del contacto directo con las mismas, la oferta debe contemplar aquellos factores determinantes que motivan la adquisición del servicio de capacitación.
- La segmentación del mercado se estableció en base al análisis previo del mercado, con el fin de lograr el posicionamiento deseado en la mente del consumidor. Para el Segmento B2C: Para profesionales que requieren servicio de capacitación en temas de Administración, Contabilidad,

Auditoría, Marketing, Productividad, Finanzas y afines, la Coordinación de Extensión de la Facultad de Administración y Contabilidad de la PUCE con una amplia trayectoria en el mercado educativo, docentes altamente calificados y horarios adaptados a profesionales ofrece programas de capacitación con contenidos actuales. En cuanto al Segmento B2B el posicionamiento es: Para ejecutivos de Recursos Humanos que requieran de servicio de capacitación en temas claves de Administración, Contabilidad, Auditoría, Marketing, Productividad, Finanzas y afines para el personal de sus compañías la Coordinación de Extensión de la Facultad de Administración y Contabilidad de la PUCE con una amplia trayectoria en el mercado educativo, personal altamente calificado e instalaciones adecuadas ofrece programas con contenidos adaptados a la medida y requerimientos del cliente. Dichos enunciados de posicionamiento fueron desarrollados en base a los hallazgos proporcionados en la Investigación de Mercado y por lo tanto identifican necesidades y deseos del cliente que pueden satisfacerse a través de la oferta de capacitación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

- Con el fin de ingresar al mercado de una manera competitiva se han analizado varias estrategias de desarrollo las cuales pueden implementarse considerando la infraestructura, los recursos académicos y una adecuada gestión del talento humano, logrando una sinergia que favorecerá de manera significativa al desarrollo y difusión de los programas de capacitación de la Coordinación de Extensión la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE. Las estrategias planteadas requieren una planificación previa, y una de las

más factibles y con resultados favorables es la de prestar el aval PUCE para el desarrollo de programas de capacitación de otras instituciones, se propone además la creación de un cargo específico para la Coordinación de Extensión, el Asistente de Coordinación de Extensión con el fin de cumplir funciones claves en la gestión operativa y comercial de la Coordinación. Una interesante manera de desarrollar el marketing directo es a través de la formación de un equipo de ventas considerando a los estudiantes de últimos niveles de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, lo cual finalmente es una estrategia ganar ganar por cuanto ellos se desarrollan laboralmente y a su vez generan ingresos para la Coordinación de Extensión a través de su gestión comercial. Adicionalmente se pueden realizar alianzas con gremios empresariales, brindar el servicio de diagnóstico de necesidades como complemento al servicio de capacitación y en última instancia podría analizarse la posibilidad de gestionar la acreditación como proveedor de servicios de capacitación en la CNCF.

- La comercialización de un servicio implica mayores desafíos en relación a los bienes debido a su intangibilidad a través del análisis de Marketing Mix se desarrollaron los programas, se diseñó el canal de distribución y se analizó el precio para dichos programas. Considerando la propuesta realizada por la Unidad de Vinculación con la Colectividad y en base a la Investigación de Mercados se propone la creación de programas de capacitación en los siguientes temas: Marketing, Servicio al Cliente, Gestión de Ventas, Gerencia Financiera, Contabilidad, Gestión de Procesos, Balanced ScoreCard, Elaboración de Plan de Negocios entre los más importantes. A fin de ingresar

al mercado se desarrolló una marca propia EDEP (Educación y Desarrollo Profesional) respaldada por la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la marca PUCE.

- La manera más adecuada de promover la difusión y lograr la colocación de los programas de capacitación en el mercado implica la utilización del marketing directo como principal medio, respaldado por el mailing para brindar información general.
- El análisis de precios en base a cuatro escenarios permitió ratificar la gran incidencia del Fondo de Facultad y del Fondo de Extensión en la fijación final del precio. Un precio competitivo en el mercado debería contemplar la disminución de dichos porcentajes del 10% al 5%. En caso de que estas variables no puedan modificarse es importante establecer un conjunto de beneficios que justifiquen dicho valor.
- Finalmente se define el Plan de Promoción para lograr la comunicación de la oferta de los programas de capacitación adoptando estrategias dirigidas al segmento B2B y B2C considerando los antecedentes expuestos en la Investigación de Mercado y en base a las normas establecidas por la Dirección de Comunicación Institucional de la PUCE. El desarrollo de las piezas publicitarias consideró aquellos aspectos relevantes en el momento de decidir el lugar de capacitación tanto en el segmento B2C cuanto en el B2B, logrando de esta manera la creación de marca, el posicionamiento del producto y la persuasión de compra del servicio.

## 7.2. RECOMENDACIONES

En base a la Investigación realizada han surgido las siguientes recomendaciones que se creen importantes considerar con el fin de mejorar el servicio de capacitación que ofrece la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

- Se recomienda analizar la reestructuración del organigrama actual de la Coordinación de Extensión, creando el cargo de Asistente de la Coordinación de Extensión con el fin de que cumpla las funciones desempeñadas actualmente por los cargos de Coordinador de Programa, Promotor y Gestor, por cuanto además de lograr eficiencia en el desempeño de funciones operativas realizará una importante gestión de asesoría y servicio al cliente receptando llamadas y atendiendo de manera presencial a posibles clientes interesados en adquirir los programas de capacitación, una persona encargada exclusivamente del desarrollo del servicio buscará cumplir los detalles que crean la experiencia del servicio a través de todos sus componentes y brindará retroalimentación al Coordinador de Extensión con el fin de tomar medidas correctivas oportunas si fuese el caso.
  
- Es imprescindible un manejo adecuado de todos los elementos que constituyen el servicio de capacitación por lo cual se recomienda difundir la oferta del servicio de capacitación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE a través de medios de comunicación internos como: Intranet, TV Noticias, página web de

la Universidad, de la Facultad y de la Asociación de Estudiantes de la Facultad así como de la Revista CompromISO involucrando de manera conjunta al personal docente, administrativo y estudiantes de la universidad como actores indirectos del servicio pero con capacidad de brindar información requerida por los clientes de los programas de capacitación en un momento determinado.

- Se recomienda crear estrategias para fomentar y aumentar la participación en el mercado involucrando a los egresados de la Facultad dentro de programas de capacitación y seminarios, siendo de esta manera portavoces del servicio que brinda la Coordinación de Extensión considerando su experiencia como estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.
- Con el fin de determinar un marco muestral para un profundo análisis del segmento B2C se recomienda establecer alternativas para el levantamiento de información referente al número de egresados en Ciencias Administrativas y Contables o afines en las distintas universidades de Quito, logrando tener parámetros de proyección y análisis del comportamiento de este segmento.
- Las compañías cada vez están más enfocadas en el reclutamiento de personal joven con el fin de capacitarlos y desarrollar sus habilidades siguiendo los lineamientos estratégicos de la organización, por lo cual se recomienda realizar trabajar de manera conjunta con la Bolsa de Empleos de la Facultad y con la Asociación de Estudiantes AEA para crear alianzas estratégicas entre

compañías que buscan personal joven y a su vez requieren incentivar el desarrollo de sus habilidades y destrezas dentro de la organización. Nuevamente en este sentido el estudiante se convierte en portavoz de la Facultad dentro de cada compañía.

- Una de las actividades establecidas de acuerdo al Procedimiento de Calidad para Eventos de Capacitación es la de realizar una evaluación al final de cada programa de capacitación por parte de los asistentes, se recomienda incluir dentro de este formulario una pregunta que permita conocer los temas de interés que requieren los asistentes al programa, metodología que de una manera sencilla otorga valiosa información.
- Un adecuado y profundo conocimiento de la cartera de clientes de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables permitirá desarrollar programas de fidelización tanto para clientes B2B cuanto para clientes B2C utilizando herramientas tecnológicas que crean la sensación de cercanía con los mismos.
- Se recomienda tener una cartera de programas de capacitación preestablecidos para promocional constantemente mientras que para el segmento B2B es importante promover el beneficio de brindar programas ajustados a la realidad de cada empresa ya sea en las instalaciones propias de la Coordinación de Extensión o in company.

- Una de las mayores ventajas que tiene la FCAC son sus instalaciones equipadas con tecnología de punta por lo que se recomienda que los programas de capacitación utilicen los recursos tecnológicos y físicos con el fin de realizar videoconferencias con expositores internacionales o externos ahorrando costos que representa el traer especialistas y de esta manera justificar los precios de los programas.
  
- Manejar una amplia base de proveedores calificados para realizar las diferentes actividades que están implícitos en el servicio de capacitación, como son: Material Publicitarios e Imprentas.
  
- Se recomienda dar valor agregado al curso con detalles que no representan mayor inversión a la Coordinación de Extensión de la FCAC para que justifique el precio de los programas como por ejemplo material promocional, uso de equipos tecnológicos o un break.

## BIBLIOGRAFÍA

### TEXTO

1. HOFFMAN, D; BATESON J. (2002). . (2002). *Fundamentos del Marketing de Servicios*. México: Thomson. 2da. edición.
2. IDROBO, P. y RUEDA, I. (sin año de publicación). *Administración de Operaciones*. Ecuador: Systemgrafic. p. 33.
3. KOTLER P. (2001). *Dirección de Marketing*. México: Prentice Hall. 10ma. edición.
4. LAMBIN J. (1997). *Marketing Estratégico*. España: Mc Graw Hill. 3ra edición.
5. MALHOTRA N. (2004). *Investigación de Mercados, Un Enfoque Aplicado*. México: Pearson Education.4ta edición.
6. PUCE – DGA – COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN Y EDUCACIÓN CONTINUA. (1998). *Normas para el Funcionamiento de Programas y Cursos de Educación Continua*. Ecuador. p. 1-2.
7. RIES Al. (1992). *Posicionamiento*. México: Mc Graw Hill. S/E.
8. RIVERA C y MENCIA, G. (2007). *Dirección de marketing fundamentos y aplicaciones*. Madrid: Esic.
9. SHIFFMAN L., KANUK L. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. México: Prentice Hall. 8va edición.
10. STANTON. (2007). *Fundamentos de Marketing*. McGraw Hill. 14 va. edición.
11. SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS. (2007). *Ranking de las 1000 Compañías más importantes a nivel nacional*. Ecuador.

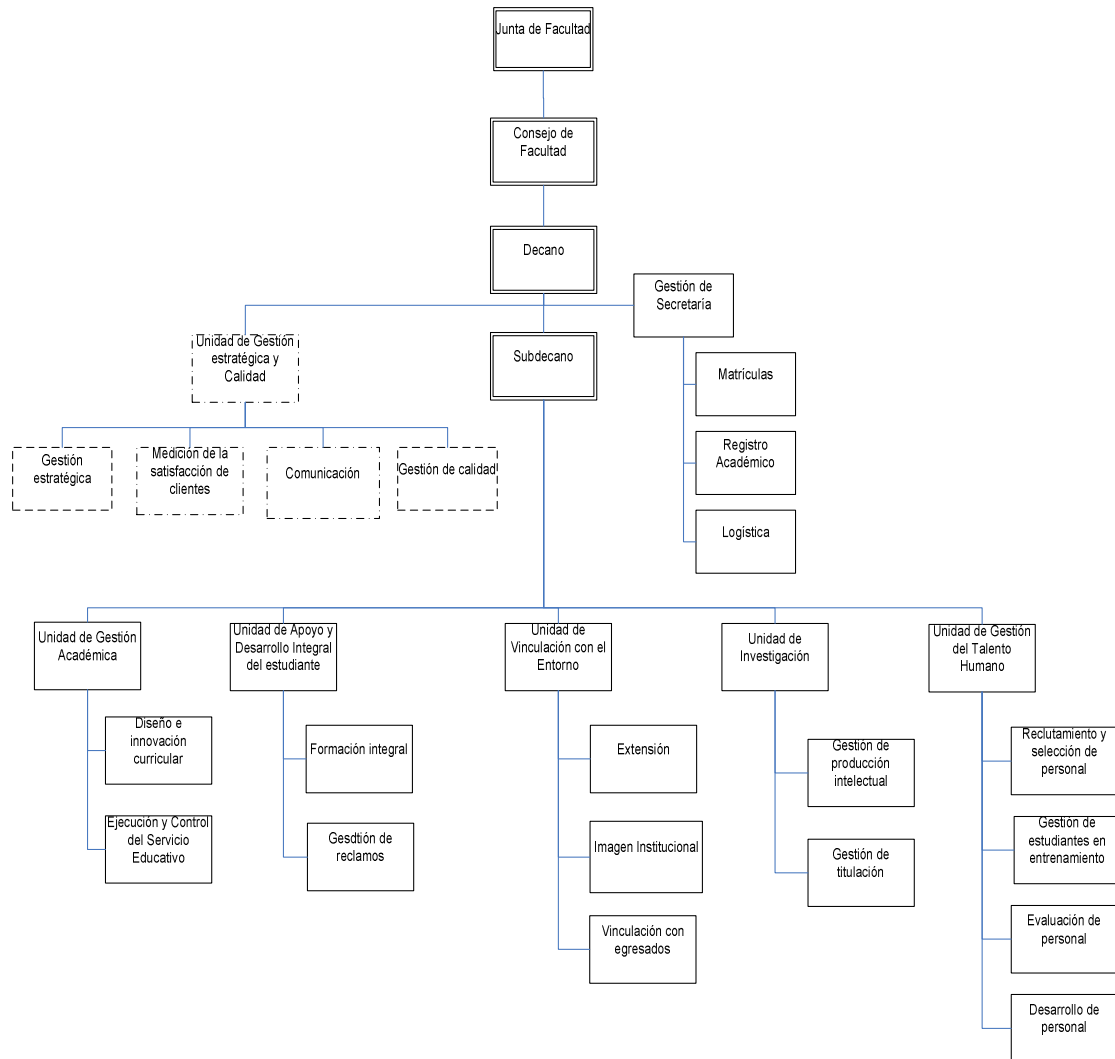
### INTERNET

12. CÁMARA DE COMERCIO QUITO. (2010). [[http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=16&Itemid=32](http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_content&task=view&id=16&Itemid=32)], **Beneficios y Servicios – Capacitación**.
13. CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA DE LA POLITÉCNICA NACIONAL. (2010). [<http://www.cec-epn.edu.ec/index.php?categoria=1000>], **Capacitación y Consultoría**.

14. CNCF. (2009). [[http://www.cncf.gov.ec/CNCF/system/files/documents/reglamento\\_deacreditaciondeoperadoresdecapacitacion.pdf](http://www.cncf.gov.ec/CNCF/system/files/documents/reglamento_deacreditaciondeoperadoresdecapacitacion.pdf)], **Reglamento para Acreditación de Operadores de Capacitación y Formación Profesional.**
15. CRECE NEGOCIOS. (2009). [<http://www.crecenegocios.com/en-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter>], **Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter.**
16. DELOITTE. (2010). [<http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Ecuador/Local%20Assets/Documents/Informativo%20Gerencial/junio%202010.pdf>], **Informativo Gerencial Junio 2010.**
17. EL COMERCIO. (2010). [<http://www.elcomercio.com/2010-07-01/Noticias/Negocios/NoticiaPrincipal/EC100701P6BALANCE.aspx>], **Volatilidad económica en el semestre.**
18. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL EJERCITO. (2010). [<http://www.espe.edu.ec/portal/portal/main.do?sectionCode=439>], **Capacitación.**
19. FLACSO. (2010). [[http://www.flacso.org.ec/html/curso\\_abierto.php](http://www.flacso.org.ec/html/curso_abierto.php)], **Posgrados - Cursos Abiertos.**
20. FUNDACIÓN CICERON. (2010). [<http://fundacionciceron.usfq.edu.ec/cursos.html>], **Cursos.**
21. INEC. (2010). [[www.inec.gov.ec%2Fdocument\\_library%2Fget\\_file%3FfolderId%3D286309%26name%3DDDFE9203.pdf&rct=j&q=CLASIFICACION%3%93N%20DE%20LA%20POBLACION%3%93N%20URBANA%20SEG%3%9AN%20CONDICION%3%93N%20DE%20ACTIVIDAD%20POR%20REGIONES%20NATURALES%20Y%20SEXO&ei=F7d1TPqNoOC8gb61oW5Bg&usg=AFQjCNHFvJwi7jH1HTRX26CeEbD9Pqg6Pg](http://www.inec.gov.ec%2Fdocument_library%2Fget_file%3FfolderId%3D286309%26name%3DDDFE9203.pdf&rct=j&q=CLASIFICACION%3%93N%20DE%20LA%20POBLACION%3%93N%20URBANA%20SEG%3%9AN%20CONDICION%3%93N%20DE%20ACTIVIDAD%20POR%20REGIONES%20NATURALES%20Y%20SEXO&ei=F7d1TPqNoOC8gb61oW5Bg&usg=AFQjCNHFvJwi7jH1HTRX26CeEbD9Pqg6Pg)], **Indicadores del Mercado Laboral a marzo 2010.**
22. SECAP. (2010) [[http://www.secap.gov.ec/secap\\_provincia17.php#](http://www.secap.gov.ec/secap_provincia17.php#)], **Formación.**
23. SUPERINTENDENCIA DE CONPAÑIAS. (2009). [[http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Estudios/Inversion%20Societario/INVERSION\\_SOCIETARIA\\_2009.pdf](http://www.supercias.gov.ec/Documentacion/Sector%20Societario/Estudios/Inversion%20Societario/INVERSION_SOCIETARIA_2009.pdf)], **Inversión Societaria.**
24. TECNOLÓGICO DE MONTERREY. (2010). [<http://www.itesm.edu.ec/site/secciones.php?idSeccion=8&idSubSeccion=17>], **Programas Ejecutivo/Seminarios**
25. UNIDEC. (2010). [[http://www.educontinua.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=22&Itemid=51](http://www.educontinua.com/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=51)], **Página Principal.**

26. PUCE. (2010). [<http://www.puce.edu.ec/index.php?pagina=universidad>], Filosofía Institucional de la PUCE.
27. PUCE. (2010). [[http://www.puce.edu.ec/documentos/manual\\_imagen\\_PUCE.pdf](http://www.puce.edu.ec/documentos/manual_imagen_PUCE.pdf)], **Manual de Imagen Corporativa.**
28. VINUEZA F. (2007) [<http://www.uasb.edu.ec/indicador/Informe%20Final/Capitaci%C3%B3n.pdf>], **Sistema de Información sobre Capacitación Laboral y Formación Profesional.**

## ANEXO 1: ORGANIGRAMA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES



**ANEXO 2: PROCEDIMIENTO P03-01A EVENTOS DE CAPACITACIÓN**

|                                                                                                                                                                    |                         |                                                                                                           |                                          |                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>PUCE</b><br><b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b><br><b>Y CONTABLES</b> |                         | <b>SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD</b><br>CERTIFICACION ISO 9001-2000<br>FECHA DE APROBACION: 2003-05-28 |                                          |  |
| <b>PROCEDIMIENTO</b>                                                                                                                                               |                         |                                                                                                           |                                          |                                                                                     |
| <b>CODIGO:</b><br>P03-01A                                                                                                                                          | Eventos de capacitación | <b>Edicion No.:</b> 3.0                                                                                   | <b>Generado el:</b><br>26/May/2010 12:09 | <b>Pag 1 de 7</b>                                                                   |

**1. PROPÓSITO:**

Satisfacer las necesidades de capacitación de las organizaciones mediante la gestión de Facultad de Ciencias Administrativas y Contables.

**2. ALCANCE:**

Este proceso aplica a aquellos eventos de capacitación que se realicen para organizaciones y personas externas a la Facultad o pertenecientes a la misma, excepto los cursos organizados por el proceso de Desarrollo de Personal.

**3. REQUISITOS ISO 9001-2008:**

- 7.1 Planificación de la realización del producto
- 7.2.1 Determinación de los requisitos relacionados con el producto
- 7.2.2 Revisión de los requisitos relacionados con el producto
- 7.2.3 Comunicación con el cliente
- 7.3 Diseño y desarrollo
- 7.4 Compras
- 7.5.1 Control de la producción y de la prestación del servicio
- 7.5.2 Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio
- 7.5.3 Identificación y trazabilidad

**4. RESPONSABLES:**

Mariano Merchan

**5. PRODUCTOS:**

| PRODUCTO     | CLIENTE                                               | REQUISITO                                       | CORRECCIÓN                                          |
|--------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Capacitación | Instituciones públicas y privadas, público en general | Cumplimiento de contrato firmado                | Cumplimiento de cláusulas del contrato              |
| Capacitación | Instituciones públicas y privadas, público en general | De acuerdo a necesidades detectadas y validadas | Modificar programa según necesidades y expectativas |
| Capacitación | PUCE                                                  | Capacitador que cumpla perfil                   | Reemplazo de capacitador                            |

|                                                 |                                         |                                                           |                            |                |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------|----------------|
| Validado Por:                                   | Validado Por:                           | Revisado Por:                                             | Aprobado Por:              | Vigente desde: |
| Mariano Merchan<br>F.Responsable del Subproceso | Ivan Rueda<br>F.Responsable del Proceso | Paul Idrobo<br>F.Coordinador de Desarrollo Organizacional | Paulina Cadena<br>F.Decana | 2008-09-19     |

|                                                                                                                                                          |                         |                                                                                                           |                                          |                                                                                     |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  <b>PUCE</b><br><b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b> |                         | <b>SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD</b><br>CERTIFICACION ISO 9001-2000<br>FECHA DE APROBACION: 2003-05-28 |                                          |  |  |
| PROCEDIMIENTO                                                                                                                                            |                         |                                                                                                           |                                          |                                                                                     |  |
| <b>CODIGO:</b><br>P03-01A                                                                                                                                | Eventos de capacitación | <b>Edicion No.:</b> 3.0                                                                                   | <b>Generado el:</b><br>26/May/2010 12:09 | <b>Pag 2 de 7</b>                                                                   |  |

|              |               |                                                                                  |                                                                    |
|--------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Capacitación | PUCE          | Incluidos en los Estatutos y reglamento de la PUCE                               | Incluir criterios establecidos en Estatutos                        |
| Capacitación | Participantes | Evaluación del curso de capacitación por parte de los asistentes superior al 80% | No volver a programar al docente en futuros cursos de capacitación |

**6. RECURSOS:**

- 1 Responsable del subproceso
- 1 Becario
- 1 Suministros de oficina

**7. DEFINICIONES:**

No aplica

**8. INDICADORES:**

|                    |                                |               |                        |                        |               |                |
|--------------------|--------------------------------|---------------|------------------------|------------------------|---------------|----------------|
| <b>Nombre</b>      | N1-P03-01A                     |               |                        |                        |               |                |
| <b>Descripción</b> | Número de cursos dictados      |               |                        |                        |               |                |
| <b>Variabes</b>    | v0101 Total de cursos dictados |               |                        |                        |               |                |
| <b>Fórmula</b>     | <b>Frecuencia</b>              | <b>Mínimo</b> | <b>Límite Inferior</b> | <b>Límite Superior</b> | <b>Máximo</b> | <b>Sentido</b> |
| v0101              | 1 Semestre(s)                  | 0.000         | 0.000                  | 0.000                  | 1000.000      | P              |

|                    |                                        |               |                        |                        |               |                |
|--------------------|----------------------------------------|---------------|------------------------|------------------------|---------------|----------------|
| <b>Nombre</b>      | N2-P03-01A                             |               |                        |                        |               |                |
| <b>Descripción</b> | Número de participantes por curso      |               |                        |                        |               |                |
| <b>Variabes</b>    | v0103 Total de participantes por curso |               |                        |                        |               |                |
| <b>Fórmula</b>     | <b>Frecuencia</b>                      | <b>Mínimo</b> | <b>Límite Inferior</b> | <b>Límite Superior</b> | <b>Máximo</b> | <b>Sentido</b> |
| v0103              | 1 Semestre(s)                          | 0.000         | 0.000                  | 0.000                  | 10.000.000    | P              |

|                    |                          |               |                        |                        |                |                |
|--------------------|--------------------------|---------------|------------------------|------------------------|----------------|----------------|
| <b>Nombre</b>      | N3-P03-01A               |               |                        |                        |                |                |
| <b>Descripción</b> | Horas dictadas por curso |               |                        |                        |                |                |
| <b>Variabes</b>    |                          |               |                        |                        |                |                |
| <b>Fórmula</b>     | <b>Frecuencia</b>        | <b>Mínimo</b> | <b>Límite Inferior</b> | <b>Límite Superior</b> | <b>Máximo</b>  | <b>Sentido</b> |
| v102               | 1 Semestre(s)            | 0.000         | 0.000                  | 0.000                  | 20.000.000.000 | P              |

|                                                 |                                         |                                                           |                            |                |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------|----------------|
| Validado Por:                                   | Validado Por:                           | Revisado Por:                                             | Aprobado Por:              | Vigente desde: |
| Mariano Merchan<br>F.Responsable del Subproceso | Ivan Rueda<br>F.Responsable del Proceso | Paul Idrobo<br>F.Coordinador de Desarrollo Organizacional | Paulina Cadena<br>F.Decana | 2008-09-19     |

|                                                                                                                                                                    |                         |                                                                                                           |                                          |                   |                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>PUCE</b><br><b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b><br><b>Y CONTABLES</b> |                         | <b>SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD</b><br>CERTIFICACION ISO 9001-2000<br>FECHA DE APROBACION: 2003-05-28 |                                          |                   |  |
| PROCEDIMIENTO                                                                                                                                                      |                         |                                                                                                           |                                          |                   |                                                                                     |
| <b>CODIGO:</b><br>P03-01A                                                                                                                                          | Eventos de capacitación | <b>Edicion No.:</b> 3.0                                                                                   | <b>Generado el:</b><br>26/May/2010 12:09 | <b>Pag 3 de 7</b> |                                                                                     |

|                    |                                        |               |                        |                        |                |                |
|--------------------|----------------------------------------|---------------|------------------------|------------------------|----------------|----------------|
| <b>Nombre</b>      | N4-P03-01A                             |               |                        |                        |                |                |
| <b>Descripción</b> | Ingresos por capacitación              |               |                        |                        |                |                |
| <b>Variables</b>   | v0104 Monto ingresado por capacitación |               |                        |                        |                |                |
| <b>Fórmula</b>     | <b>Frecuencia</b>                      | <b>Mínimo</b> | <b>Límite Inferior</b> | <b>Límite Superior</b> | <b>Máximo</b>  | <b>Sentido</b> |
| v0104              | 1 Semestre(s)                          | 0.000         | 0.000                  | 0.000                  | 99.999.999.999 | P              |

|                    |                                                          |               |                        |                        |               |                |
|--------------------|----------------------------------------------------------|---------------|------------------------|------------------------|---------------|----------------|
| <b>Nombre</b>      | N5-P03-01A                                               |               |                        |                        |               |                |
| <b>Descripción</b> | Docentes de la Facultad participantes en la capacitación |               |                        |                        |               |                |
| <b>Variables</b>   | v0105 Total docentes FCAC participantes en la capacitac. |               |                        |                        |               |                |
| <b>Fórmula</b>     | <b>Frecuencia</b>                                        | <b>Mínimo</b> | <b>Límite Inferior</b> | <b>Límite Superior</b> | <b>Máximo</b> | <b>Sentido</b> |
| v0105              | 1 Semestre(s)                                            | 0.000         | 0.000                  | 0.000                  | 200.000       | P              |

|                    |                                                         |               |                        |                        |               |                |
|--------------------|---------------------------------------------------------|---------------|------------------------|------------------------|---------------|----------------|
| <b>Nombre</b>      | N6-P03-01A                                              |               |                        |                        |               |                |
| <b>Descripción</b> | Promedio de la evaluación de los cursos de capacitación |               |                        |                        |               |                |
| <b>Variables</b>   | v0106 Promedio de la evaluación de cursos capacitación  |               |                        |                        |               |                |
| <b>Fórmula</b>     | <b>Frecuencia</b>                                       | <b>Mínimo</b> | <b>Límite Inferior</b> | <b>Límite Superior</b> | <b>Máximo</b> | <b>Sentido</b> |
| v0106              | 1 Semestre(s)                                           | 0.000         | 70.000                 | 80.000                 | 100.000       | P              |

## 9. DOCUMENTOS:

| CÓDIGO | NOMBRE                         | EDICIÓN | FECHA      | TIPO | PROVEEDOR/<br>CLIENTE |
|--------|--------------------------------|---------|------------|------|-----------------------|
| 1      | Código civil                   | 0       | 2005-06-24 | E    | P01-04A               |
| 11     | Ley de contratación pública    | 0       | 0000-00-00 | E    | P01-04A               |
| 14     | Norma ISO 9000:2005            | 0       | 0000-00-00 | E    | P01-04A               |
| 147    | Código de Comercio             | 0       | 2009-08-06 | E    | P01-04A               |
| 15     | Norma ISO 9001:2000            | 0       | 0000-00-00 | E    | P01-04A               |
| 16     | Norma ISO 9004:2000            | 0       | 0000-00-00 | E    | P01-04A               |
| 162    | Manual Orgánico Funcional 2008 | 0       | 2009-08-06 | E    | P01-04A               |

|                                                 |                                         |                                                           |                            |                |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------|----------------|
| Validado Por:                                   | Validado Por:                           | Revisado Por:                                             | Aprobado Por:              | Vigente desde: |
| Mariano Merchan<br>F.Responsable del Subproceso | Ivan Rueda<br>F.Responsable del Proceso | Paul Idrobo<br>F.Coordinador de Desarrollo Organizacional | Paulina Cadena<br>F.Decana | 2008-09-19     |

|                                                                                                                                                                    |                         |                                                                                                           |                                          |                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>PUCE</b><br><b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b><br><b>Y CONTABLES</b> |                         | <b>SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD</b><br>CERTIFICACION ISO 9001-2000<br>FECHA DE APROBACION: 2003-05-28 |                                          |  |
| PROCEDIMIENTO                                                                                                                                                      |                         |                                                                                                           |                                          |                                                                                     |
| <b>CODIGO:</b><br>P03-01A                                                                                                                                          | Eventos de capacitación | <b>Edicion No.:</b> 3.0                                                                                   | <b>Generado el:</b><br>26/May/2010 12:09 | <b>Pag 4 de 7</b>                                                                   |

|     |                                                                                     |    |            |   |         |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|----|------------|---|---------|
| 165 | Necesidades y Expectativas posgrado                                                 | 0  | 2009-08-06 | E | P01-02B |
| 175 | Revisión de necesidades y expectativas pregrado                                     | 0  | 2009-08-06 | E | P01-02A |
| 176 | Certificación ISO 9001:2000 IQNET                                                   | 0  | 2009-08-06 | E | P01-04A |
| 177 | Certificación ISO 9001:2000 ICONTEC                                                 | 0  | 2009-08-06 | E | P01-04A |
| 2   | Código del trabajo                                                                  | 0  | 2005-12-16 | E | P01-04A |
| 20  | Plan Estratégico de la FCAC                                                         | 1  | 2009-08-17 | E | P01-01A |
| 21  | Plan Estratégico de la PUCE                                                         | 0  | 2009-01-01 | E | P01-04A |
| 223 | Instructivo para manejo de documentos, conservación y recuperación de los registros | 2  | 2006-06-21 | E | P01-04A |
| 224 | Norma ISO 9001:2008                                                                 | 0  | 0000-00-00 | E | P01-04A |
| 24  | Reglamento General de Facultades                                                    | 0  | 2002-06-27 | E | P01-04A |
| 27  | Reglamento de programas de extensión                                                | 0  | 0000-00-00 | E | P01-04A |
| 3   | Código mercantil                                                                    | 0  | 0000-00-00 | E | P01-04A |
| 82  | Instrucción para manejo de documentos, conservación y recuperación de los registros | 4  | 2006-06-21 | E | P01-04A |
| 90  | Manual de calidad                                                                   | 11 | 2009-08-17 | E | P01-04A |
| 96  | Organigrama Estructural de la PUCE                                                  | 1  | 2010-01-04 | E | P01-04A |
| 17  | Perfil del capacitador                                                              | 0  | 0000-00-00 | S |         |

## 10. REGISTROS:

**Retención:** Tiempo que debe guardarse un registro, expresado en años. **Disposición:** Acción a tomarse con el registro luego del tiempo de retención.

| CÓDIGO | NOMBRE                | EDICIÓN | FECHA      | TIPO | IMPRESO | RETENCIÓN<br>IMPRESO | DISPOSICIÓN<br>IMPRESO | DIGITAL | RETENCIÓN<br>DIGITAL | DISPOSICIÓN<br>DIGITAL | PROVEEDOR/<br>CLIENTE |
|--------|-----------------------|---------|------------|------|---------|----------------------|------------------------|---------|----------------------|------------------------|-----------------------|
| 219    | Programa de Auditoría | 1       | 2008-02-04 | E    | N       | 0.000                |                        | S       | 1.000                | Respaldar              | P01-04C               |

|                                                 |                                         |                                                           |                            |                |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------|----------------|
| Validado Por:                                   | Validado Por:                           | Revisado Por:                                             | Aprobado Por:              | Vigente desde: |
| Mariano Merchan<br>F.Responsable del Subproceso | Ivan Rueda<br>F.Responsable del Proceso | Paul Idrobo<br>F.Coordinador de Desarrollo Organizacional | Paulina Cadena<br>F.Decana | 2008-09-19     |

|                                                                                                                                                                    |                         |                                                                                                           |                                          |                   |                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>PUCE</b><br><b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b><br><b>Y CONTABLES</b> |                         | <b>SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD</b><br>CERTIFICACION ISO 9001-2000<br>FECHA DE APROBACION: 2003-05-28 |                                          |                   |  |
| <b>PROCEDIMIENTO</b>                                                                                                                                               |                         |                                                                                                           |                                          |                   |                                                                                     |
| <b>CODIGO:</b><br>P03-01A                                                                                                                                          | Eventos de capacitación | <b>Edicion No.:</b> 3.0                                                                                   | <b>Generado el:</b><br>26/May/2010 12:09 | <b>Pag 5 de 7</b> |                                                                                     |

|     |                                                  |   |            |   |   |       |            |   |       |            |         |
|-----|--------------------------------------------------|---|------------|---|---|-------|------------|---|-------|------------|---------|
| 225 | Acta de revisión por la dirección                | 3 | 2008-10-01 | E | S | 2.000 | Destruir   | S | 2.000 | Respaldar  | P01-01B |
| 227 | Informe de desempeño de subprocesos              | 2 | 2009-02-02 | E | N | 0.000 |            | S | 1.000 | Respaldar  | P01-01C |
| 228 | Cronograma del plan de mejora                    | 2 | 2009-08-17 | E | N | 0.000 |            | S | 1.000 | Actualizar | P01-01C |
| 255 | Facturas                                         | 1 | 2009-07-23 | E | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 29  | Cuadro de indicadores                            | 1 | 2009-08-17 | E | N | 0.000 |            | S | 1.000 | Actualizar | P01-01C |
| 404 | Necesidades de capacitación                      | 1 | 2003-01-31 | E | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 405 | Programa de curso y honorarios                   | 1 | 2009-07-29 | E | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 407 | Validación del Curso                             | 1 | 2009-07-29 | E | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 408 | Confirmación u Observaciones                     | 1 | 2009-07-29 | E | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 410 | Formato de evaluación del Curso                  | 1 | 2009-07-29 | E | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01ª |
| 411 | Certificados Firmados                            | 1 | 2009-07-29 | E | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01ª |
| 5   | Informe de monitoreo de satisfacción de pregrado | 1 | 2009-07-03 | E | S | 0.500 | Actualizar | S | 0.500 | Actualizar | P01-02C |
| 65  | Informe de auditoría interna                     | 4 | 2008-03-03 | E | N | 0.000 |            | S | 1.000 | Respaldar  | P01-04C |
| 66  | Solicitud de acciones correctivas y preventivas  | 3 | 2008-02-04 | E | S | 1.000 | Archivar   | S | 1.000 | Respaldar  | P01-04C |
| 68  | Matriz de control de documentos                  | 8 | 2009-08-17 | E | N | 0.000 |            | S | 1.000 | Actualizar | P01-04ª |
| 71  | Bitacora de acciones correctivas y preventivas   | 2 | 2009-08-17 | E | N | 0.000 |            | S | 1.000 | Respaldar  | P01-04D |
| 10  | Validación de la capacitación                    | 1 | 2008-08-22 | S | S | 2.000 | Destruir   | N | 0.000 |            |         |
| 14  | Contrato de capacitación                         | 0 | 0000-00-00 | S | S | 5.000 | Archivar   | N | 0.000 |            |         |
| 17  | Evaluación de la capacitación                    | 1 | 2008-08-22 | S | S | 1.000 | Destruir   | N | 0.000 |            | P03-01A |

|                                                 |                                         |                                                           |                            |                |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------|----------------|
| Validado Por:                                   | Validado Por:                           | Revisado Por:                                             | Aprobado Por:              | Vigente desde: |
| Mariano Merchan<br>F.Responsable del Subproceso | Ivan Rueda<br>F.Responsable del Proceso | Paul Idrobo<br>F.Coordinador de Desarrollo Organizacional | Paulina Cadena<br>F.Decana | 2008-09-19     |

|                                                                                                                                                                                                         |                         |                                                                                                                                                                                                                                       |                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
|  <p style="text-align: center;"><b>PUCE</b><br/><b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b><br/><b>Y CONTABLES</b></p> |                         | <p style="text-align: center;"><b>SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD</b></p> <p>CERTIFICACION ISO 9001-2000<br/>FECHA DE APROBACION: 2003-05-28</p>  |                                          |
| <b>PROCEDIMIENTO</b>                                                                                                                                                                                    |                         |                                                                                                                                                                                                                                       |                                          |
| <b>CODIGO:</b><br>P03-01A                                                                                                                                                                               | Eventos de capacitación | <b>Edición No.:</b> 3.0                                                                                                                                                                                                               | <b>Generado el:</b><br>26/May/2010 12:09 |
|                                                                                                                                                                                                         |                         |                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Pag 6 de 7</b>                        |

|     |                                                  |   |            |   |   |       |            |   |       |            |         |
|-----|--------------------------------------------------|---|------------|---|---|-------|------------|---|-------|------------|---------|
| 19  | Lista de verificación de capacitación            | 1 | 2008-08-22 | S | S | 2.000 | Destruir   | N | 0.000 |            |         |
| 229 | Respuesta sobre comunicación a reclamo ocasional | 1 | 2009-07-22 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P05-02A |
| 237 | Cronograma de acciones de mejora                 | 1 | 2009-02-02 | S | N | 0.000 |            | S | 1.000 | Respaldar  | P01-01C |
| 248 | Copia del cronograma                             | 1 | 2009-08-17 | S | S | 0.500 | Actualizar | S | 0.500 | Actualizar | P01-01C |
| 406 | Formato propuesta de cursos de extensión         | 1 | 2009-07-29 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 412 | Programa del curso                               | 1 | 2009-08-19 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 413 | Oferta académica del curso                       | 1 | 2009-08-19 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 414 | Solicitud de cotizaciones                        | 1 | 2003-01-31 | S | S | 0.500 | Archivar   | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 415 | Presupuesto proforma del curso                   | 2 | 2008-08-19 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 416 | Verificación del curso                           | 1 | 2009-08-18 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 417 | Propuesta del curso (Simulación)                 | 0 | 0000-00-00 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 418 | Requerimientos a proveedores                     | 0 | 0000-00-00 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 419 | Registro de asistencias del curso                | 1 | 2009-08-22 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 420 | Certificados                                     | 1 | 2003-01-31 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 421 | Requerimiento de pago                            | 1 | 2003-01-31 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |
| 69  | Matriz de control de registros                   | 8 | 2009-08-17 | S | N | 0.000 |            | S | 1.000 | Actualizar | P01-04A |
| 79  | Necesidades de comunicación                      | 3 | 2009-09-01 | S | S | 2.000 | Destruir   | S | 2.000 | Destruir   | P01-03A |
| 88  | Cronogramas de subprocesos                       | 2 | 2009-08-17 | S | N | 0.000 |            | S | 1.000 | Actualizar | P01-01C |
| 9   | Propuesta de capacitación                        | 1 | 2009-08-19 | S | N | 0.000 |            | N | 0.000 |            | P03-01A |

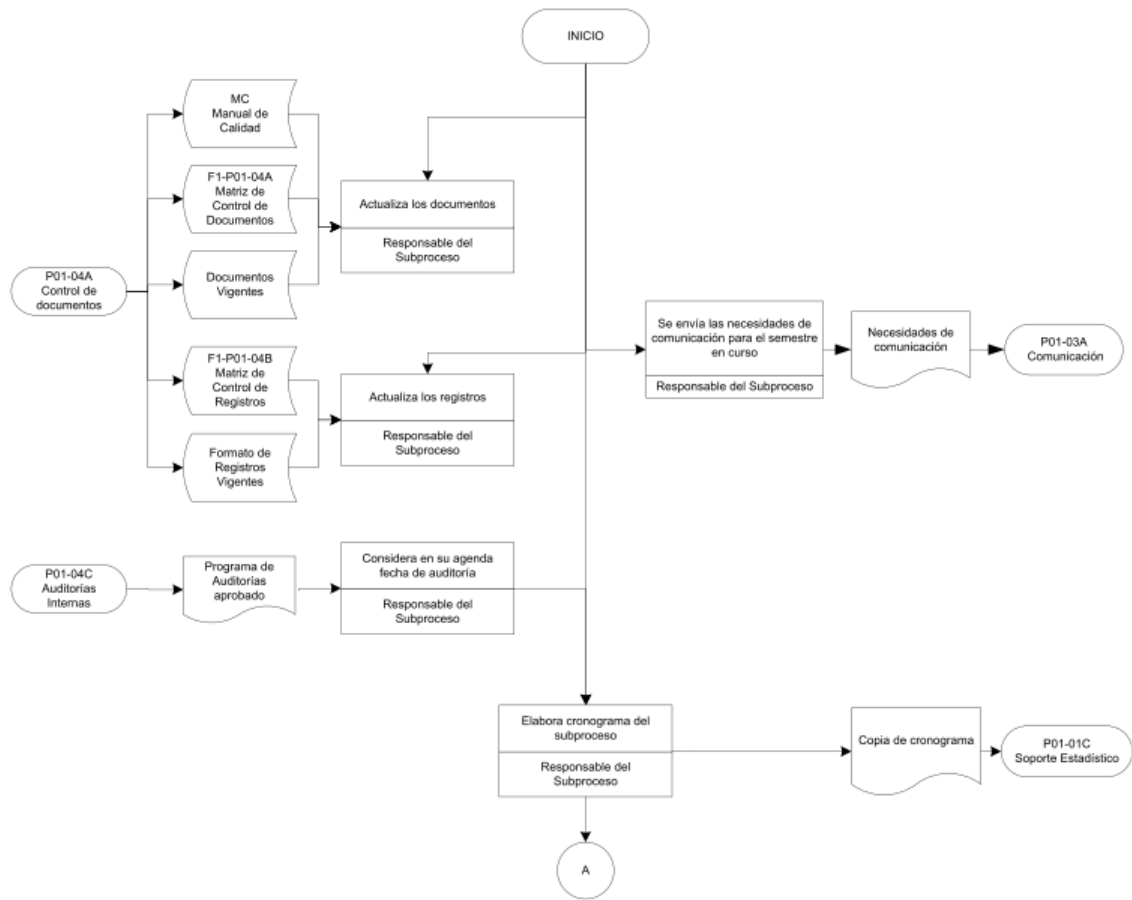
|                                                 |                                         |                                                           |                            |                |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------|----------------|
| Validado Por:                                   | Validado Por:                           | Revisado Por:                                             | Aprobado Por:              | Vigente desde: |
| Mariano Merchan<br>F.Responsable del Subproceso | Ivan Rueda<br>F.Responsable del Proceso | Paul Idrobo<br>F.Coordinador de Desarrollo Organizacional | Paulina Cadena<br>F.Decana | 2008-09-19     |

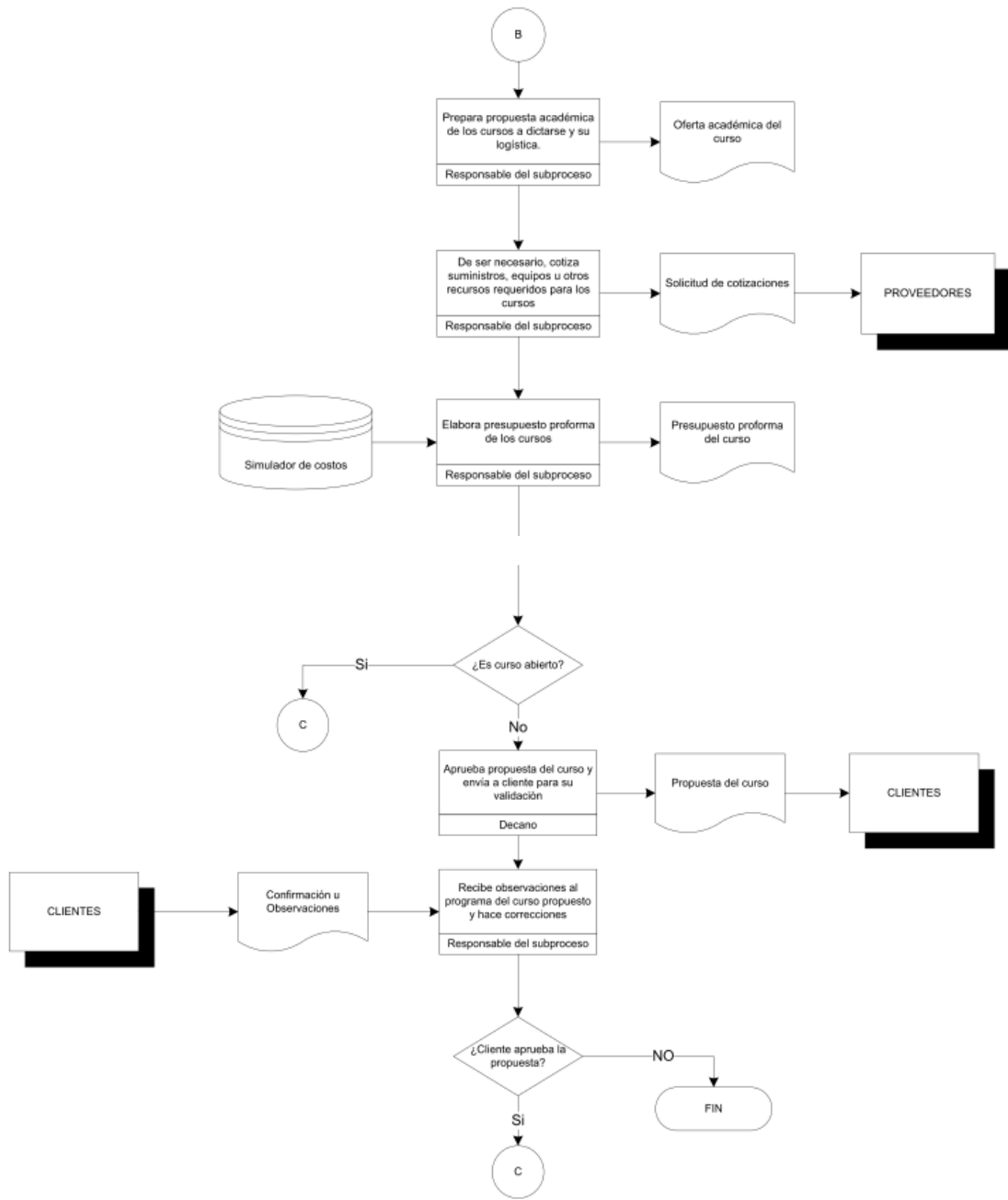
|                                                                                                                                                                    |                         |                                                                                                           |                                          |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------|
|  <b>PUCE</b><br><b>FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b><br><b>Y CONTABLES</b> |                         | <b>SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD</b><br>CERTIFICACION ISO 9001-2000<br>FECHA DE APROBACION: 2003-05-28 |                                          |                   |
| PROCEDIMIENTO                                                                                                                                                      |                         |                                                                                                           |                                          |                   |
| <b>CODIGO:</b><br>P03-01A                                                                                                                                          | Eventos de capacitación | <b>Edicion No.:</b> 3.0                                                                                   | <b>Generado el:</b><br>26/May/2010 12:09 | <b>Pag 7 de 7</b> |

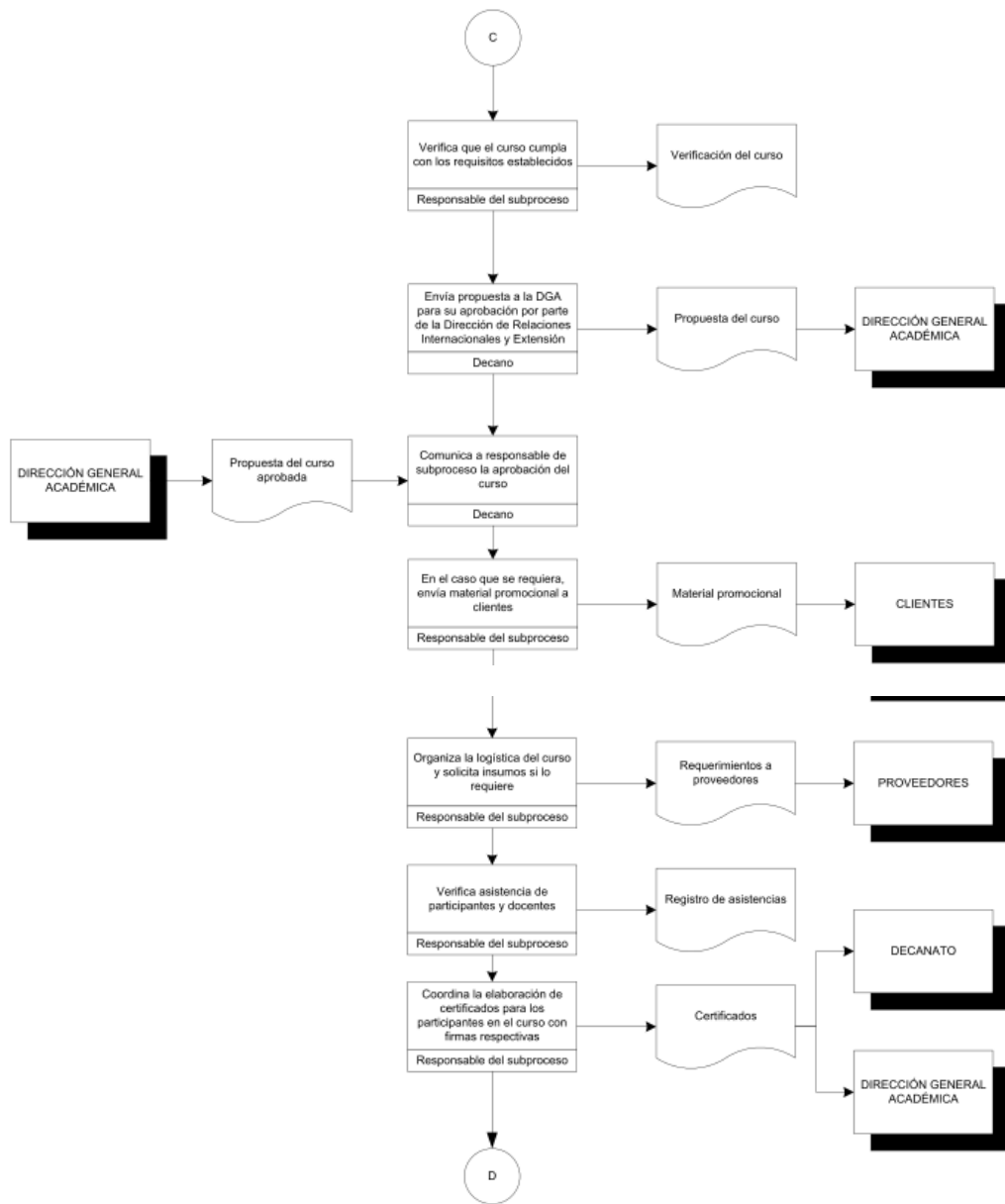
**11. DIAGRAMA DE FLUJO:**  
 PDF\_P03-01A.pdf

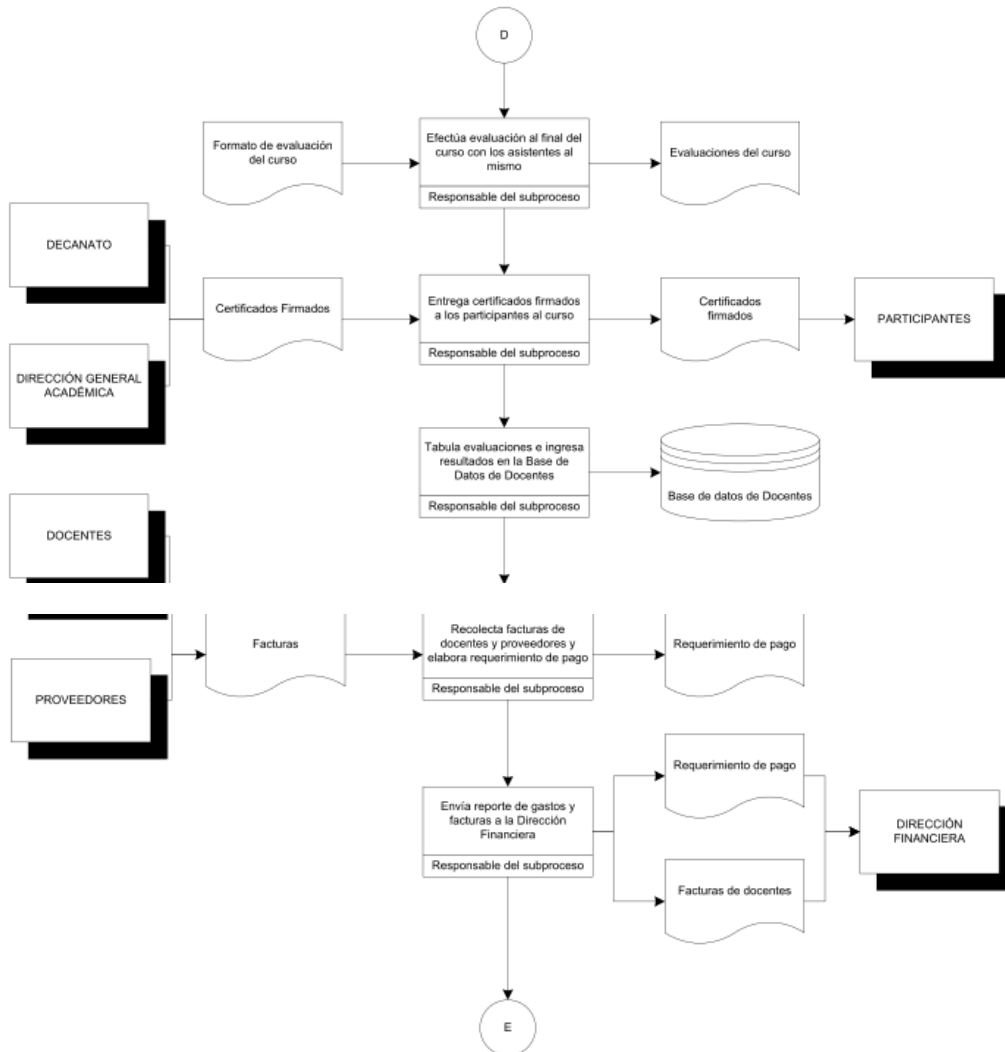
|                                                 |                                         |                                                           |                            |                |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------|----------------|
| Validado Por:                                   | Validado Por:                           | Revisado Por:                                             | Aprobado Por:              | Vigente desde: |
| Mariano Merchan<br>F.Responsable del Subproceso | Ivan Rueda<br>F.Responsable del Proceso | Paul Idrobo<br>F.Coordinador de Desarrollo Organizacional | Paulina Cadena<br>F.Decana | 2008-09-19     |

**ANEXO 3: DIAGRAMA DE FLUJO**











## ANEXO 4: OFERTA DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DEL SECAP

|  |                                                           | <b>SERVICIO ECUATORIANO DE CAPACITACIÓN PROFESIONAL</b><br>CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS - QUITO<br>PROGRAMACIÓN ENERO 2010<br>EDIFICIO CCYSQ 10 DE AGOSTO |           |             |           |            |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------|-----------|------------|------------|
| Nº                                                                                | NOMBRE DEL CURSO                                          | INSTRUCTOR                                                                                                                                                  | HORAS     | HORARIO     | COSTO     | INICIO     | FINALIZ.   |
| 1                                                                                 | BELLEZA Y PELUQUERÍA Mód.: CORTES Y PEINADOS              | Sra. P. Rodríguez                                                                                                                                           | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 2                                                                                 | TRÁMITES DE IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES                 | Ing. Astudillo                                                                                                                                              | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 3                                                                                 | NIIF's (Normas Internacionales de Información Financiera) | Ing. B. Cabrera                                                                                                                                             | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 4                                                                                 | ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE                            | Lcdo. J. Bastidas                                                                                                                                           | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 5                                                                                 | FORMULACION Y EVAL. DE PROYECTOS SOCIALES                 | Dr. Luis Bonilla                                                                                                                                            | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 6                                                                                 | TRIBUTACION FISCAL 1                                      | Econ. W. Jácome                                                                                                                                             | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 7                                                                                 | MARKETING Y VENTAS                                        | Lcda. Novillo                                                                                                                                               | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 8                                                                                 | LEGISLACION LABORAL Y SALARIAL                            | Dr.G.Osorio                                                                                                                                                 | 40        | 07h30-09h30 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 9                                                                                 | CAJERO AUX. COMERCIAL Y BANCARIO (2 Módulos)              | Lcdo. P. Guterrez                                                                                                                                           | 40 c/mód. | 07h00-09h00 | 35 c/mód. | 11/01/2010 | 09/03/2010 |
| 10                                                                                | INGLES BASICO 2                                           | Lic. J. Rodríguez                                                                                                                                           | 100       | 07h00-09h00 | 90        | 07/01/2010 | 23/03/2010 |
| 11                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód. 1 Contabilidad Básica             | Eco.M.Maldonado                                                                                                                                             | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 12                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód. 2 Contabilidad Comercial          | Eco.M.Maldonado                                                                                                                                             | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 08/02/2010 | 09/03/2010 |
| 13                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód..3 Contabilidad Costos             | Ing. P. Niama                                                                                                                                               | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 04/01/2010 | 29/01/2010 |
| 14                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód. 1 Contabilidad Básica             | Eco.M.Maldonado                                                                                                                                             | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 18/01/2010 | 12/02/2010 |
| 15                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód. 2 Contabilidad Comercial          | Eco.M.Maldonado                                                                                                                                             | 40        | 07h00-09h00 | 35        | 08/02/2010 | 09/03/2010 |
| 16                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód. 1 Contabilidad Básica             | Lic. J. Pérez                                                                                                                                               | 40        | 11h00-13h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 17                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód. 2 Contabilidad Comercial          | Lic. J. Pérez                                                                                                                                               | 40        | 11h00-13h00 | 35        | 08/02/2010 | 09/03/2010 |
| 18                                                                                | BELLEZA Y PELUQUERÍA Mód.: CORTES Y PEINADOS              | Luis Robles                                                                                                                                                 | 40        | 15h00-17h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 19                                                                                | INGLES BASICO 1                                           | Ing. J. Korvick                                                                                                                                             | 100       | 15h30-17h30 | 90        | 07/01/2010 | 23/03/2010 |
| 20                                                                                | TRIBUTACION FISCAL                                        | Econ. W. Jácome                                                                                                                                             | 40        | 15h30-17h30 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 21                                                                                | RELACIONES HUMANAS Y MOTIVACIÓN                           | Dr. M. Avila                                                                                                                                                | 40        | 15h30-17h30 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 22                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód.1 Contabilidad Básica              | Lic. J. Pérez                                                                                                                                               | 40        | 15h30-17h30 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 23                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód.2 Contabilidad Comercial           | Lic. J. Pérez                                                                                                                                               | 40        | 15h30-17h30 | 35        | 08/02/2010 | 09/03/2010 |
| 24                                                                                | SECRETARIADO EJECUTIVO COMPUTARIZADO Mód.1                | Dra. N. Cárdenas                                                                                                                                            | 40        | 17h00-19h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 25                                                                                | SECRETARIADO EJECUTIVO COMPUTARIZADO Mód.2                | Lcdo. F. Benítez                                                                                                                                            | 40        | 17h00-19h00 | 35        | 08/02/2010 | 09/03/2010 |
| 26                                                                                | ASISTENTE TRIBUTARIO ( 3 MÓDULOS)                         | Lcda. R. Bonilla                                                                                                                                            | 40 c/mód. | 18h00-20h00 | 35 c/mód. | 11/01/2010 | 07/04/2010 |
| 27                                                                                | ORATORIA Y TECNICA DE LA PALABRA                          | F. Zambrano                                                                                                                                                 | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 28                                                                                | PSICOLOGIA Y SEGURIDAD INDUSTRIAL                         | Dr. S. Chávez                                                                                                                                               | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 29                                                                                | BALANCED SCORE CARD                                       | Ing. B. Cabrera                                                                                                                                             | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 30                                                                                | ORGANIZACIÓN DE EVENTOS                                   | Ing. P. Chediak                                                                                                                                             | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 31                                                                                | ESTRATEGIAS PARA EMPRENDER NEGOCIOS                       | Dra. M. Barragán                                                                                                                                            | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 32                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód. 1 Contabilidad Básica             | Dra. Alicia Oleas                                                                                                                                           | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 33                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód. 2 Contabilidad Comercial          | Dra. Alicia Oleas                                                                                                                                           | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 08/02/2010 | 09/03/2010 |
| 34                                                                                | ANALIS FINANCIERO                                         | Eco. M. Pilozo                                                                                                                                              | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 35                                                                                | CREDITO Y COBRANZAS                                       | Dr. R. Pérez                                                                                                                                                | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 36                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód. 2 Contabilidad Comercial          | Lic.J. Oñate                                                                                                                                                | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 04/01/2010 | 29/01/2010 |
| 37                                                                                | ASISTENTE CONTABLE Mód. 3 Contabilidad Tributaria         | Lic.J. Oñate                                                                                                                                                | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 01/02/2009 | 02/03/2009 |
| 38                                                                                | ADMINISTRACION DE BODEGAS                                 | Lcda. B. Erazo                                                                                                                                              | 40        | 18h00-20h00 | 35        | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 39                                                                                | INGLES BASICO 1                                           | WORLDTEACH                                                                                                                                                  | 100       | 18h00-20h00 | 90        | 07/01/2010 | 23/03/2010 |
| 40                                                                                | INGLES AVANZADO 1                                         | WORLDTEACH                                                                                                                                                  | 100       | 18h00-20h00 | 90        | 07/01/2010 | 23/03/2010 |
| 41                                                                                | INGLES BASICO 2                                           | WORLDTEACH                                                                                                                                                  | 100       | 18h00-20h00 | 90        | 07/01/2010 | 23/03/2010 |
| 42                                                                                | INGLES INTERMEDIO 2                                       | WORLDTEACH                                                                                                                                                  | 100       | 18h00-20h00 | 90        | 07/01/2010 | 23/03/2010 |

REQUISITOS: 1. Depósito del Banco; 2. Llenar la hoja de inscripción; 3. Copia de la cédula de Identidad  
 DEPÓSITO EN CUENTA CORRIENTE EN LOS SIGUIENTES BANCOS:  
 PACIFICO: Cta. Cte. 0676917-9; FOMENTO: Cta. Cte. 0010001676; PICHINCHA: Cta. Cte. 7649437 Sublínea 140299  
 EDIFICIO 10 DE AGOSTO - TELÉFONOS: 2545547-2566515-2566506-2221971-2221970-2547122-2547356  
 DIRECCIÓN: Av.10 Agosto N26-27 y Mosquera Narváez 1er. Piso  
 email: ccysquito@secap.gov.ec  
[www.secap.gov.ec](http://www.secap.gov.ec)

|  <b>SERVICIO ECUATORIANO DE CAPACITACIÓN PROFESIONAL</b><br>CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS - QUITO<br>PROGRAMACIÓN ENERO 2010<br><b>EDIFICIO CCYSQ IÑAQUITO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                              |                     |           |             |          |            |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------|-----------|-------------|----------|------------|------------|
| Nº                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | NOMBRE DEL CURSO                             | INSTRUCTOR          | HORAS     | HORARIO     | COSTO    | INICIO     | FINALIZ.   |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | INGLES AVANZADO 1                            | WORLDTEACH          | 100       | 07H00-09H00 | 90       | 07/01/2010 | 23/03/2010 |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | INGLES SUFICIENCIA 1                         | WORLDTEACH          | 100       | 07H00-09H00 | 90       | 07/01/2010 | 23/03/2010 |
| 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | INGLES INTERMEDIO 1                          | WORLDTEACH          | 100       | 07H00-09H00 | 90       | 07/01/2010 | 23/03/2010 |
| 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | INGLES BASICO 2                              | WORLDTEACH          | 100       | 07H00-09H00 | 90       | 07/01/2010 | 23/03/2010 |
| 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | INGLES BASICO 1                              | Ing. J. Korbick     | 100       | 07H00-09H00 | 90       | 07/01/2010 | 23/03/2010 |
| 6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ASISTENTE CONTABLE Mód.1 Contabilidad Básica | Lcda. F. Jácome     | 40        | 07H00-09H00 | 35       | 18/01/2010 | 12/02/2010 |
| 7                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | TECNICAS DE DOCUMENTACION Y ARCHIVO          | Dra. N. Cárdenas    | 40        | 07H00-09H00 | 35       | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | RELACIONES HUMANAS Y MOTIVACIÓN              | Ing.S.Carrera       | 40        | 07H00-09H00 | 35       | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 9                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | NUTRICION                                    | Dra. M. Auquilla    | 40        | 09H00-11H00 | 35       | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 10                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ETIQUETA Y PROTOCOLO                         | Master.C.Armendari  | 30        | 09H30-12H30 | 35       | 11/01/2010 | 22/01/2010 |
| 11                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | COCTELERIA                                   | Master.C.Armendari  | 30        | 09H30-12H30 | 35       | 27/01/2010 | 09/02/2010 |
| 12                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | TECNOLOGÍA Y PRÁCTICAS DE COCINA Mód.1       | Sra. L. Cárdenas    | 60        | 08H00-14H00 | 50       | 11/01/2010 | 22/01/2010 |
| 13                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | TECNOLOGÍA Y PRÁCTICAS DE COCINA Mód.2       | Sra. L. Cárdenas    | 60        | 08H00-14H00 | 50       | 27/01/2010 | 09/02/2010 |
| 14                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | COCTELERIA                                   | Master.C.Armendari  | 30        | 14H00-17H00 | 50       | 11/01/2010 | 22/01/2010 |
| 15                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ETIQUETA Y PROTOCOLO                         | Master.C.Armendari  | 30        | 14H00-17H00 | 35       | 27/01/2010 | 09/02/2010 |
| 16                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | SECRETARIADO EJECUTIVO                       | Dra. M. Escobar     | 40        | 15H00-17H00 | 35       | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 17                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | GUIAS DE TURISMO                             | Lcda. J. Osejo      | 40        | 15H00-17H00 | 35       | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 18                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ASISTENTE CONTABLE Mód.3 Contabilidad Costos | Eco. M.Maldonado    | 40        | 15H30-17H30 | 35       | 18/01/2010 | 12/02/2010 |
| 19                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ASISTENTE CONTABLE Mód.1 Contabilidad Básica | Lcdo. J. Pérez      | 40        | 15H30-17H30 | 35       | 18/01/2010 | 12/02/2010 |
| 20                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | CAJERO COMERCIAL Y BANCARIO                  | Lcdo. P. Gutierrez  | 40        | 17H30-19H30 | 35       | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 21                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | TRIBUTACION FISCAL                           | Econ. P. Cárdenas   | 40        | 17H30-19H30 | 35       | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 22                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | TRAMITES DE IMPORTACIONES Y EXPORTAC.        | Ing. M. Díaz        | 40        | 17H30-19H30 | 35       | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 23                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ASISTENTE CONTABLE Mód.1 Contabilidad Básica | Lcdo. J. Pérez      | 40        | 17H30-19H30 | 35       | 18/01/2010 | 12/02/2010 |
| 24                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | MARKETING Y VENTAS                           | Lcdo. F. Gutierrez  | 40        | 17H30-19H30 | 35       | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 25                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS                 | Dr. G. Bolaños      | 40        | 17H30-19H30 | 35       | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| 26                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | GERENCIA DE CALIDAD Y NORMAS ISO             | Dr. P. Jarrín       | 40        | 17H30-19H30 | 35       | 11/01/2010 | 05/02/2010 |
| <b>CURSOS DE COMPUTACIÓN (Tres Módulos)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                              |                     |           |             |          |            |            |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUXILIAR TECNICO EN COMPUTACION BASICA       | Ing. K- Castro      | 30 c/mód. | 07h00-09h00 | 35 c/mód | 11/01/2010 | 16/03/2010 |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUXILIAR TECNICO EN COMPUTACIÓN BÁSICA       | Lcdo. K. Pacheco    | 30 c/mód. | 09H00-11H00 | 35 c/mód | 11/01/2010 | 16/03/2010 |
| 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUXILIAR TECNICO EN COMPUTACIÓN BÁSICA       | Lcdo. K. Pacheco    | 30 c/mód. | 11h00-13h00 | 35 c/mód | 11/01/2010 | 16/03/2010 |
| 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUXILIAR TECNICO EN COMPUTACIÓN BÁSICA       | Lcdo. K. Pacheco    | 30 c/mód. | 14h00-16h00 | 35 c/mód | 11/01/2010 | 16/03/2010 |
| 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUXILIAR TECNICO EN COMPUTACIÓN BÁSICA       | Lcdo. K. Pacheco    | 30 c/mód. | 16h00-18h00 | 35 c/mód | 11/01/2010 | 16/03/2010 |
| 6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUX. TEC. EN COMPUTACIÓN BÁSICA (Sábado)     | Lcdo. P. Luna       | 20 c/mód. | 08h00-13h00 | 35 c/mód | 16/01/2010 | 03/04/2010 |
| 7                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUX. TEC. EN COMPUTACIÓN BÁSICA (Sábado)     | Lcdo. J. Caizapanta | 20 c/mód. | 13h00-18h00 | 35 c/mód | 16/01/2010 | 03/04/2010 |
| <b>SEMINARIOS Y CURSOS SÁBADOS - CCYSQ 10 DE AGOSTO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                              |                     |           |             |          |            |            |
| 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ACTUALIZACIÓN TRIBUTARIA                     | Ing. M. Pazmiño     | 8         | 08h00-14h00 | 30       | 16/01/2010 | 16/01/2010 |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ASISTENTE CONTABLE M 3: Cont.Costos          | Lcdo. K. Pacheco    | 30 c/mód. | 08h00-13h00 | 35       | 02/01/2010 | 06/02/2010 |
| 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ASISTENTE CONTABLE M 1: Cont. Básica         | Lcda. R. Verdesoto  | 30 c/mód. | 08h00-13h00 | 35 c/mód | 16/01/2010 | 15/05/2010 |
| 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUX.TÉC. CONTABILIDAD COMPUTARIZADA (Lab.1)  | Tlga. A. Morales    | 20 c/mód. | 08h00-13h00 | 35 c/mód | 16/01/2010 | 03/04/2010 |
| 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUX. TÉC. EN COMPUTACIÓN BÁSICA (Lab.2)      | Ing. R.Mera         | 20 c/mód. | 08h00-13h00 | 35 c/mód | 16/01/2010 | 03/04/2010 |
| 6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUX. TÉC. EN COMPUTACIÓN INTERMEDIA (Lab.3)  | Tlgo. P. López      | 20 c/mód. | 08h00-13h00 | 40 c/mód | 16/01/2010 | 03/04/2010 |
| 7                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | INTERNET (LAB 4)                             | Ing. R. Pacheco     | 20        | 08h00-13h00 | 35       | 16/01/2010 | 06/02/2010 |
| 8                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUXILIAR TÉCNICO EN AUTOCAD (Lab.5 )         | Lic. E.Morales      | 20 c/mód. | 08h00-13h00 | 35 c/mód | 16/01/2010 | 03/04/2010 |
| 9                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | AUX.TÉC. CONTABILIDAD COMPUTARIZADA (Lab.1)  | Lcdo. K. Pacheco    | 20 c/mód. | 13h00-18h00 | 35 c/mód | 16/01/2010 | 03/04/2010 |
| 10                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | AUX.TÉC. EN COMPUTACIÓN BÁSICA (Lab.2 )      | Lcdo. S. Núñez      | 20 c/mód. | 13h00-18h00 | 35 c/mód | 16/01/2010 | 03/04/2010 |
| 11                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | INTERNET (LAB 4)                             | Tlgo. P. López      | 20 c/mód. | 13h30-18h30 | 35 c/mód | 16/01/2010 | 06/02/2010 |
| 12                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | AUXILIAR TÉCNICO EN AUTOCAD (Lab.5 )         | Lic. E.Morales      | 20 c/mód. | 13h30-18h30 | 35 c/mód | 16/01/2010 | 03/04/2010 |
| 13                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | AUX. TÉC. EN MANTENIMIENTO DE COMPUT.        | Lcdo. J.Robalino    | 20 c/mód. | 08h00-13h00 | 35 c/mód | 16/01/2010 | 03/04/2010 |
| <p>REQUISITOS: 1. Depósito del Banco; 2. Llenar la hoja de inscripción; 3. Copia de la cédula de Identidad</p> <p>DEPÓSITO EN CUENTA CORRIENTE EN LOS SIGUIENTES BANCOS:</p> <p>PACIFICO: Cta. Cte. 0676917-9; FOMENTO: Cta. Cte. 0010001676; PICHINCHA: Cta. Cte. 7649437 Sublínea 140299</p> <p>EDIFICIO 10 DE AGOSTO - TELÉFONOS: 2545547-2566515-2566506-2221971-2221970-2547122-2547356</p> <p>DIRECCIÓN: Av.10 Agosto N26-27 y Mosquera Narváez 1er. Piso</p> <p>email: ccysquito@secap.gov.ec</p> <p><a href="http://www.secap.gov.ec">www.secap.gov.ec</a></p> |                                              |                     |           |             |          |            |            |

**ANEXO 5: OFERTA DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DEL CEC - EPN****AGOSTO 2010**

| <b>Programas</b>                              | <b>Cursos</b>                                                 |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| <b>Java Advanced Developer</b>                | Java Advanced Programming - Programa 04 - Módulo 02           |
|                                               | Java Advanced Programming                                     |
|                                               | Java advanced programming - Programa 05 - Módulo 02           |
| <b>Joomla Design &amp; Administration</b>     | HTML y CSS                                                    |
|                                               | Diseño de Templates JOOMLA                                    |
| <b>Project Manager</b>                        | Evaluación financiera de proyectos                            |
| <b>Linux Administrator</b>                    | Administración Linux 2 - Programa 06-Módulo 02                |
|                                               | Administración Linux 2 - Programa 04-Módulo 02                |
| <b>Diseño Asistido por Computador</b>         | AutoCAD Avanzado                                              |
| <b>Diseño y programación de BDD</b>           | Administración de SQL Server 2008                             |
| <b>Web Application using Visual Basic.Net</b> | ASP.Net Fundamentals                                          |
| <b>Website Designer</b>                       | Animaciones con Flash                                         |
| <b>Network Administrator</b>                  | Fundamentos de redes y cableado estructurado                  |
| <b>Especiales</b>                             | ArcGIS Map                                                    |
|                                               | Diseño de redes de Fibra Óptica                               |
|                                               | Excel avanzado y macros                                       |
|                                               | COBIT                                                         |
|                                               | Excel avanzado y tablas dinámicas                             |
|                                               | Lectura Dinámica                                              |
|                                               | Programación PHP y MySQL avanzado                             |
|                                               | Excel avanzado y tablas dinámicas                             |
|                                               | Excel avanzado y tablas dinámicas                             |
|                                               | Análisis estadístico avanzado con SPSS                        |
| <b>CURSOS EN MODALIDAD VIRTUAL</b>            | Administración Linux I - Modalidad Virtual                    |
|                                               | Administración Linux II - Modalidad Virtual                   |
|                                               | Protocolo TCP/IP sobre Linux-Modalidad Virtual                |
|                                               | Servidores Web sobre Linux - Modalidad Virtual                |
|                                               | Excel Avanzado, Tablas Dinámicas y Macros - Modalidad Virtual |
|                                               | Microsoft Excel básico/intermedio - Modalidad Virtual         |
|                                               | Microsoft Project Avanzado-Modalidad Virtual                  |
|                                               | Microsoft Project Básico - Modalidad Virtual                  |
|                                               | Gerencia del Servicio y Atención al Cliente- Virtual          |
|                                               | Planificación Estratégica - Modalidad Virtual                 |
|                                               | Diseño Instruccional Básico - Modalidad Virtual               |
|                                               | Diseño Instruccional Avanzado - Modalidad Virtual             |
|                                               | Tutoría Virtual - Modalidad Virtual                           |

## ANEXO 6: OFERTA DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN FUNDACIÓN CICERON – USFQ



**RED DE  
DESARROLLO  
INTEGRADO  
RDI**  
Coordinación Empresarial

*Programa de formación empresarial para el desarrollo de pequeñas y medianas empresas (PyMes).*

La Universidad San Francisco de Quito, a través de su centro de educación empresarial, San Francisco Business School, líder en educación de excelencia, junto con la Escuela Ejecutiva número 1 en Latinoamérica, Fundación Dom Cabral FDC de Brasil y con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo BID, invitan al cóctel de lanzamiento del programa de educación empresarial

### “Red de Desarrollo Integrado RDI”

y a la conferencia

### “Productividad y alianzas como clave de la Economía”

a cargo de Ec. Pablo Lucio Paredes.

Lugar: Swissotel Quito. Salón St. Moritz C.

Fecha: Miércoles 4 de noviembre de 2009.

Hora: 18h45

FUNDACIÓN  
**CICERON**  
U S F Q  
RSVP:  
Tel: 2971 729 / 2971 753 / 098 343218  
fundacionciceron@usfq.edu.ec

## CERTIFICACIONES INMOBILIARIAS

CON EL AVAL ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO



### Licencia de Vendedor Asociado en la Florida EEUU.

**Participan:**

Profesionales con o sin conocimientos del negocio inmobiliario interesados en adquirir una sólida formación en el ámbito académico inmobiliario con el fin de ofrecer asesorías y consultorías técnicas o ejecutar negocios sobre bienes raíces a nivel internacional.

**Producto:**

Al finalizar el curso se obtienen conocimientos amplios acerca del negocio inmobiliario que habilitan al participante para rendir el examen federal previo a la obtención de la licencia de vendedor asociado. Además obtendrá dos documentos hábiles: un diploma otorgado por la Universidad San Francisco de Quito y Sonia Galarza Escuela de Real Estate; y una certificación que habilita al participante para rendir su examen del Estado de la Florida.

**Duración:** 63 Horas Valor: \$ 830

**Curso I: Pre-licencia Inmobiliaria para Vendedor Asociado.**

Lunes 22, martes 23, miércoles 24, jueves 25, viernes 26, domingo 28 de marzo.  
Lunes 12, martes 13, miércoles 14, jueves 15, viernes 16, domingo 18 de abril.  
Horario: lunes a viernes de 17h00 a 21h00 y domingo de 08h00 a 17h00.

### Corredor de Bienes Raíces en la Florida EEUU.

**Participan:**

Profesionales inmobiliarios con experiencia mínimo de dos años debidamente acreditada por una de las Asociaciones de Corredores de Bienes Raíces del Ecuador.

**Producto:**

Al finalizar el curso se obtienen conocimientos avanzados acerca del negocio inmobiliario en el Estado de la Florida que habilitan al participante para rendir el examen federal previo a la obtención de la licencia de Broker. Además, obtendrá dos documentos hábiles: un diploma otorgado por la Universidad San Francisco de Quito y Sonia Galarza Escuela de Real Estate; y una certificación que habilita al participante para rendir su examen del Estado de la Florida.

**Duración:** 72 Horas Valor: \$ 850

**Curso II: Pre-corredor Inmobiliario para Broker.**

Lunes 22, martes 23, miércoles 24, jueves 25, viernes 26 y sábado 27 de marzo.  
Lunes 12, martes 13, miércoles 14, jueves 15, viernes 16, y sábado 17 de abril.  
Horario: lunes a viernes de 8h30 a 13h00, sábado de 09h00 a 18h00.

**Informes e inscripciones:**

Fundación Cicerón USFQ  
comunicacionciceron@usfq.edu.ec  
Telefax: 2971729 • Celular: 098343218  
Av. Interoceánica s/n, círculo de Cumbayá

FUNDACIÓN  
CICERÓN  
U S F Q

## ANEXO 7: OFERTA DE PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN TECNOLÓGICO DE MONTERREY (ESQUEMA DE INFORMACIÓN SITIO WEB)

### Curso-Taller de Documentación y Auditoría Interna ISO-14001:2004

Septiembre 2010



### Curso-Taller de Documentación y Auditoría Interna ISO-14001:2004

#### Objetivo

Que el participante conozca el proceso de documentación e Implementación de la norma ISO-14001; así como también, el proceso de Auditoría a los Sistemas de Administración Ambiental.

#### Requisitos

Interés por el tema.

#### Beneficios

El participante obtenga el conocimiento para realizar el proceso de Documentación e Implementación de la Norma ISO 14001 de un Sistema de Administración Ambiental.

#### Perfil del Participante

Responsables de documentar, implementar y auditar un Sistema de Administración Ambiental Tipo ISO-14001.

#### Temas a Tratar

1. Antecedentes de ISO-14000 y sus requerimientos
2. La Norma ISO-14001
3. Revisión Ambiental inicial e implementación de un Sistema de Administración Ambiental (SAA)
4. Requerimientos de documentación de un Sistema de Administración Ambiental (SAA)
5. Documentación tipo del Sistema de Administración Ambiental (manual, procedimientos e instrucciones de trabajo)
6. Requerimientos legales en materia ambiental en México
7. El ciclo de la auditoría
8. Requerimientos de auditoría a los Sistemas de Administración Ambiental (preparación check list)
9. Situaciones de auditoría (ejercicios prácticos)

#### Instructores

| Grado    | Nombre                   | Horas |
|----------|--------------------------|-------|
| Maestría | Guerra González, Eduardo | 32    |

#### Horario

De 8:30 a 13:00 hrs. y de 14:30 a 18:00 hrs. (Los 4 días)

#### Otros Beneficios

- Técnicas Didácticas Aplicadas
  - Aprendizaje Colaborativo
- Constancia Otorgada
  - Constancia
- Con firmas de
  - Director del Centro de Investigación
  - Responsable de Educación Continua

#### Información Adicional

El curso proporciona al participante que asiste al mismo, siempre la ventaja de capacitarse en el ITESM Campus Monterrey debido a que a través de esta institución, cuenta con instructores especialistas en su tema de conocimiento y experiencia, mismos elementos que integran cada uno de ellos en la definición e impartición del contenido temático actualizado del programa ofrecido en las área de Medio Ambiente, Seguridad e Higiene correspondiente.

**ANEXO 8: CUESTIONARIO SEGMENTO B2B**



**Oportunidades de la Maestría en Administración de Empresas y programas de extensión  
CUESTIONARIO TELEFONICO C - CAPACITACION REQUERIDA POR LAS EMPRESAS**

**INSTRUCCIONES**

- Lea el cuestionario siguiendo el orden establecido de las preguntas. Preste atención las indicaciones precisas de saltar a otra pregunta.
- Lea al entrevistado el texto de las preguntas y cerciórese de que entienda la pregunta antes de anotar su respuesta en la base de datos. Utilice las guías a la derecha de cada pregunta para ubicar el código.
- NO mencione las opciones de respuesta, úselas exclusivamente para direccionar los códigos. Las respuestas del entrevistado deberán salir espontáneamente de él y no deben ser influenciadas por referencias asistidas
- Recuerde una vez culminado el cuestionario verificar los datos de identificación

"Buenos días/tardes. Mi nombre es XXXX XXXX, de MARKETING ADVICE, empresa de investigación de mercados. Al momento estamos realizando un estudio respecto a necesidades de capacitación. Su respuesta sincera permitirá mejorar la oferta educativa de las instituciones en el país. Me tomaré unos minutos. Le agradezco su colaboración."

**SECCION 0.**

**DATOS DE IDENTIFICACION**

|                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                               |                    |                            |                 |                  |                               |                |  |  |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------|----------------------------|-----------------|------------------|-------------------------------|----------------|--|--|
| 0.1 Empresa                       | Abierto                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                               |                    |                            |                 |                  |                               |                |  |  |
| 0.2 Nombre                        | Abierto                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                               |                    |                            |                 |                  |                               |                |  |  |
| 0.3 ¿Cuál es su lugar de trabajo? | <table border="1"> <tr> <td>1. Empresa Privada</td> <td>2. Empresa Pública</td> <td>3. Organismo Internacional</td> </tr> <tr> <td>4. ONG Nacional</td> <td>5. Instituciones</td> <td>6. Trabaja Independientemente</td> </tr> <tr> <td>7. Otra. Cual?</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> | 1. Empresa Privada            | 2. Empresa Pública | 3. Organismo Internacional | 4. ONG Nacional | 5. Instituciones | 6. Trabaja Independientemente | 7. Otra. Cual? |  |  |
| 1. Empresa Privada                | 2. Empresa Pública                                                                                                                                                                                                                                                                             | 3. Organismo Internacional    |                    |                            |                 |                  |                               |                |  |  |
| 4. ONG Nacional                   | 5. Instituciones                                                                                                                                                                                                                                                                               | 6. Trabaja Independientemente |                    |                            |                 |                  |                               |                |  |  |
| 7. Otra. Cual?                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                               |                    |                            |                 |                  |                               |                |  |  |
| 0.4 Cuál es su cargo?             | Abierto                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                               |                    |                            |                 |                  |                               |                |  |  |

**SECCION 1.**

|                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                               |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------------------|--------------------------------|----------------|--------------------------|-------------------------|--------------------|-----------|-----------|--|
| 1.1 A qué vías recurre cuando hay una necesidad de capacitación?                                                                | <table border="1"> <tr> <td>1. Búsqueda expertos</td> <td>2. Internamente</td> <td>3. Instituciones Educativas</td> </tr> <tr> <td>4. Cámaras de Comercio</td> <td>5. Otras. Cual?</td> <td></td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                | 1. Búsqueda expertos          | 2. Internamente               | 3. Instituciones Educativas   | 4. Cámaras de Comercio | 5. Otras. Cual?                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1. Búsqueda expertos                                                                                                            | 2. Internamente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3. Instituciones Educativas   |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 4. Cámaras de Comercio                                                                                                          | 5. Otras. Cual?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                               |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.2 En su empresa se contrata capacitación externa? Escoger solo 1 respuesta                                                    | <table border="1"> <tr> <td>1. SI</td> <td>2. NO</td> <td><b>Finalizar cuestionario</b></td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 1. SI                         | 2. NO                         | <b>Finalizar cuestionario</b> |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1. SI                                                                                                                           | 2. NO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Finalizar cuestionario</b> |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.3 Donde se informa acerca de temáticas de capacitación?. Anotar varias respuestas                                             | <table border="1"> <tr> <td>1 Correo Electrónico</td> <td>2 Periódico</td> <td>3 Naveg. Internet</td> </tr> <tr> <td>4 Referidos</td> <td>5 Revistas Especializadas. Cua</td> <td>6 Otras. Cual?</td> </tr> </table>                                                                                                                                                                            | 1 Correo Electrónico          | 2 Periódico                   | 3 Naveg. Internet             | 4 Referidos            | 5 Revistas Especializadas. Cua | 6 Otras. Cual? |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1 Correo Electrónico                                                                                                            | 2 Periódico                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 3 Naveg. Internet             |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 4 Referidos                                                                                                                     | 5 Revistas Especializadas. Cua                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 6 Otras. Cual?                |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.4 Le interesaría contar con cursos de capacitación organizados y avalados por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador? | <table border="1"> <tr> <td>1. SI</td> <td>2. NO (saltar a pregunta 1.6)</td> <td>3. NS NC</td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1. SI                         | 2. NO (saltar a pregunta 1.6) | 3. NS NC                      |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1. SI                                                                                                                           | 2. NO (saltar a pregunta 1.6)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 3. NS NC                      |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.5 Qué le atrae de la Universidad Católica para realizar cursos de capacitación?. Anotar varias respuestas                     | <table border="1"> <tr> <td>Abierta 1</td> <td>Abierta 2</td> <td>Abierta 3</td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Abierta 1                     | Abierta 2                     | Abierta 3                     |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| Abierta 1                                                                                                                       | Abierta 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Abierta 3                     |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.6 Qué conocimientos, habilidades o destrezas debe mejorar el personal?                                                        | <table border="1"> <tr> <td>Abierta 1</td> <td>Abierta 2</td> <td>Abierta 3</td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Abierta 1                     | Abierta 2                     | Abierta 3                     |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| Abierta 1                                                                                                                       | Abierta 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Abierta 3                     |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.7 Cuales considera que son AREAS claves de temas de capacitación para la compañía? Seleccione varios                          | <table border="1"> <tr> <td>1 RECURSOS HUMANOS</td> <td>2 TRIBUTACION LEGAL</td> <td>3 VENTAS - MARKETING</td> </tr> <tr> <td>4 ADMINISTRATIVO</td> <td>5 PRODUCTIVIDAD CALIDAD</td> <td>6 OPERACIONES</td> </tr> <tr> <td>7 RESPONSABILIDAD SOCIAL</td> <td>8 FINANZAS CONTABILIDAD</td> <td>9 SERVICIO CLIENTE</td> </tr> <tr> <td>10 OTRO 1</td> <td>11 OTRO 2</td> <td></td> </tr> </table> | 1 RECURSOS HUMANOS            | 2 TRIBUTACION LEGAL           | 3 VENTAS - MARKETING          | 4 ADMINISTRATIVO       | 5 PRODUCTIVIDAD CALIDAD        | 6 OPERACIONES  | 7 RESPONSABILIDAD SOCIAL | 8 FINANZAS CONTABILIDAD | 9 SERVICIO CLIENTE | 10 OTRO 1 | 11 OTRO 2 |  |
| 1 RECURSOS HUMANOS                                                                                                              | 2 TRIBUTACION LEGAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 3 VENTAS - MARKETING          |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 4 ADMINISTRATIVO                                                                                                                | 5 PRODUCTIVIDAD CALIDAD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 6 OPERACIONES                 |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 7 RESPONSABILIDAD SOCIAL                                                                                                        | 8 FINANZAS CONTABILIDAD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 9 SERVICIO CLIENTE            |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 10 OTRO 1                                                                                                                       | 11 OTRO 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                               |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.7.1 Temas claves de capacitación en RECURSOS HUMANOS                                                                          | <table border="1"> <tr> <td>Abierta 1</td> <td>Abierta 2</td> <td>Abierta 3</td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Abierta 1                     | Abierta 2                     | Abierta 3                     |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| Abierta 1                                                                                                                       | Abierta 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Abierta 3                     |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.7.2 Temas claves de capacitación en TRIBUTACION - LEGAL                                                                       | <table border="1"> <tr> <td>Abierta 1</td> <td>Abierta 2</td> <td>Abierta 3</td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Abierta 1                     | Abierta 2                     | Abierta 3                     |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| Abierta 1                                                                                                                       | Abierta 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Abierta 3                     |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.7.3 Temas claves de capacitación en VENTAS MARKETING                                                                          | <table border="1"> <tr> <td>Abierta 1</td> <td>Abierta 2</td> <td>Abierta 3</td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Abierta 1                     | Abierta 2                     | Abierta 3                     |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| Abierta 1                                                                                                                       | Abierta 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Abierta 3                     |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.7.4 Temas claves de capacitación en ADMINISTRATIVO                                                                            | <table border="1"> <tr> <td>Abierta 1</td> <td>Abierta 2</td> <td>Abierta 3</td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Abierta 1                     | Abierta 2                     | Abierta 3                     |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| Abierta 1                                                                                                                       | Abierta 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Abierta 3                     |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.7.5 Temas claves de capacitación en PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD                                                                   | <table border="1"> <tr> <td>Abierta 1</td> <td>Abierta 2</td> <td>Abierta 3</td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Abierta 1                     | Abierta 2                     | Abierta 3                     |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| Abierta 1                                                                                                                       | Abierta 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Abierta 3                     |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| 1.7.6 Temas claves de capacitación en OPERACIONES                                                                               | <table border="1"> <tr> <td>Abierta 1</td> <td>Abierta 2</td> <td>Abierta 3</td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Abierta 1                     | Abierta 2                     | Abierta 3                     |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |
| Abierta 1                                                                                                                       | Abierta 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Abierta 3                     |                               |                               |                        |                                |                |                          |                         |                    |           |           |  |

|        |                                                                                                               |                          |                          |                                  |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| 1.7.7  | Temas claves de capacitación en RESPONSABILIDAD SOCIAL                                                        | Ableta 1                 | Ableta 2                 | Ableta 3                         |
| 1.7.8  | Temas claves de capacitación en FINANZAS - CONTABILIDAD                                                       | Ableta 1                 | Ableta 2                 | Ableta 3                         |
| 1.7.9  | Temas claves de capacitación en SERVICIO AL CLIENTE                                                           | Ableta 1                 | Ableta 2                 | Ableta 3                         |
| 1.7.10 | OTROS temas claves de capacitación??                                                                          | Ableta 1                 | Ableta 2                 | Ableta 3                         |
| 1.7.8  | Otros temas claves de capacitación??                                                                          | Ableta 1                 | Ableta 2                 | Ableta 3                         |
| 1.8    | ¿Cuál es el presupuesto por hora de capacitación que maneja en su compañía? Escoger solo 1 respuesta          | 1. bajo \$20             | 2. \$20 - \$30           | 3. \$30 - \$40                   |
|        |                                                                                                               | 4. \$40 - \$50           | 5. \$50 - \$60           | 6. \$70 - \$80                   |
|        |                                                                                                               | 7. sobre \$80            | 8. No hay presupuesto    | NS NC                            |
| 1.9    | ¿Cuál es el presupuesto anual de capacitación por persona que maneja en su compañía? Escoger solo 1 respuesta | 1. bajo \$250            | 2. \$250 - \$500         | 3. \$500 - \$750                 |
|        |                                                                                                               | 4. \$750 - \$1000        | 5. \$1000 - \$1250       | 6. \$1250 - \$1500               |
|        |                                                                                                               | 7. \$1500 - \$1750       | 8. \$1750 - \$2000       | Sobre \$2000                     |
| 1.10   | ¿Cuántas horas de capacitación anual recibe en promedio una persona en su compañía? Escoger solo 1 respuesta  | 1. Bajo 10 h             | 2. Entre 10 y 30 horas   | 3. Entre 31 y 50 horas           |
|        |                                                                                                               | 4. Entre 51 y 70 horas   | 5. Entre 71 y 90 horas   | 6. Entre 91 y 110 horas          |
|        |                                                                                                               | 7. Entre 111 y 130 horas | 8. Entre 131 y 150 horas | 9. Sobre 150 horas               |
| 1.10.1 | ¿Qué tipo de modalidad prefiere para la capacitación?                                                         | 1. Presencial            | 2. A distancia           | 3. Mixto: presencial a distancia |
| 1.11   | Le han realizado algún diagnóstico de necesidades de capacitación?                                            | 1. SI                    | 2. NO                    | 3. NS NC                         |
| 1.12   | Le interesaría que sea la Universidad Católica quien le realice este diagnóstico?                             | 1. SI                    | 2. NO                    | 3. NS NC                         |
| 1.13   | Al evaluar los cursos dictados, se mide el impacto de la capacitación?                                        | 1. SI                    | 2. NO                    | 3. NS NC                         |
| 1.14   | Le interesaría que los cursos incluyan el instrumento de medición de impacto de la capacitación?              | 1. SI                    | 2. NO                    | 3. NS NC                         |
| 1.15   | Cuántas personas trabajan en la empresa?                                                                      | 1. bajo 5                | 2. 5 a 10                | 3. 11 a 20                       |
|        |                                                                                                               | 4. 21 a 30               | 5. 31 a 50               | 6. 51 a 70                       |
|        |                                                                                                               | 7. 71 a 90               | 8. 91 a 120              | 9. 120 a 150                     |
|        |                                                                                                               | 10. 151 a 180            | 11. 181 a 210            | 12. sobre 211                    |
| 1.15.1 | De este total, qué porcentaje es personal administrativo?                                                     | Abierto                  |                          |                                  |
| 1.15.2 | De este total, qué porcentaje es personal operativo?                                                          | Abierto                  |                          |                                  |

Entre ambos, el personal debe sumar 100%

**ANEXO 9: CUESTIONARIO PARA ENTREVISTAS INTERNAS FCAC****ENTREVISTAS INTERNAS****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES PUCE  
COORDINACION DE EXTENSION**

1. ¿Cuáles son las fortalezas o aspectos positivos de la oferta de programas de capacitación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE?
2. ¿Cuáles son sus debilidades? ¿Qué aspectos considera que podrían mejorarse a fin de lograr una ventaja competitiva dentro del mercado?
3. ¿Cuáles son las áreas o temas específicos en los que deberían enfocarse los programas de capacitación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE?
4. ¿Considera adecuado el proceso actual para abrir un programa de capacitación en la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE? ¿Qué opina al respecto? ¿Podría ser más dinámico? ¿Está bien así?
5. Considera necesario utilizar estándares que permitan evaluar el servicio de capacitación brindado por la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE? ¿Cómo podrían implementarse?
6. ¿Qué instituciones considera que son los principales competidores para la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE?
7. ¿Considera necesaria la afiliación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE a la Corporación Nacional de Capacitación y Formación Profesional CNCF?
8. ¿Qué medios considera serían los adecuados para difundir la oferta de los programas de capacitación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE?
9. ¿Qué podría sugerir a la Coordinación de Extensión de la Facultad a fin de mejorar el servicio y ser competitiva dentro del mercado?

**ANEXO 10: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS INTERNAS REALIZADAS EN LA FASE CUALITATIVA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

1. **¿Cuáles son las fortalezas o aspectos positivos de la oferta de programas de capacitación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE?**

|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Ing. Paulina Cadena, Mtr.<br/>DECANA DE LA FACULTAD DE<br/>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y<br/>CONTABLES<br/>PUCE</b></p>                                            | <p>Las fortalezas de la Coordinación de Extensión está basada en la calidad de los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y en la experiencia que ellos demuestran la experiencia que tienen en el campo donde van a dictar los cursos tanto la experiencia laboral como la docente. Entonces, esto garantiza que los cursos que van a dar a la comunidad van a ser cursos de calidad.</p> <p>Por otra parte se encuentra también el rescatar la validez, la alía mejor dicho de la marca PUCE, la marca de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador que ha sabido tener mucho impacto social dentro del mercado de los cursos que dictaría cualquier otra entidad.</p> |
| <p><b>Ing. Rodrigo Saltos, Mtr.<br/>SUBDECANO DE LA FACULTAD DE<br/>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y<br/>CONTABLES<br/>PUCE</b></p>                                         | <p>Bueno la primera fortaleza es la variedad de cursos que podemos ofrecer prácticamente yo diría en todos los campos de la Ciencia Administrativa; en Finanzas, Producción y Marketing, Recursos Humanos incluido todas las nuevas tendencias Administrativas entonces la facultad tiene ese potencias, tiene sus docentes altamente preparados para ofertar en cualquiera de estos campos que ya he señalado.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>Ing. Mariano Merchán, Mtr.<br/>EX ENCARGADO DE LA<br/>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN<br/>DE LA FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p> | <p>Bueno, básicamente creo que las fortalezas son dos. La primera es la marca PUCE que cuenta con el respaldo de una universidad. Y segundo el contar con un plan de docentes de buena calidad, que tienen experiencia en la docencia y prácticamente se les podría utilizar para dar cursos de capacitación abiertos.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p><b>Ing. Eduardo Portero<br/>EX ENCARGADO DE LA<br/>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN<br/>DEL LA FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p>      | <p>Bien las mayores fortalezas son todos los conocimientos que poseen los docentes incluso profesores que dan clases de maestría que son los que podrían exteriorizar y compartir los conocimientos no solamente a los estudiantes si no también a las empresas esa es la fortaleza más grande.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p align="center"><b>Dr. José Luis Cajjal</b><br/><b>EX ENCARGADO DE LA</b><br/><b>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DE</b><br/><b>LA FACULTAD DE CIENCIAS</b><br/><b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/><b>PUCE</b></p> | <p>La verdad es que la principal debilidad le cuento que no conozco si quiera que oferta la coordinación de extensión estando dentro de la facultad, no he visto anuncios de prensa, no he visto anuncios aquí para los estudiantes. Entonces no puedo dar fortalezas porque no conozco la oferta. Y no es visible en ninguna parte.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p align="center"><b>Ing. Iván Rueda, Mtr.</b><br/><b>RESPONSABLE DE LA</b><br/><b>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DE</b><br/><b>LA FACULTAD DE CIENCIAS</b><br/><b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/><b>PUCE</b></p> | <p>Las fortalezas son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los procesos de la Coordinación de Vinculación con la Colectividad cuentan con certificación ISO 9001-2000 lo que asegura el cumplimiento de normas de calidad.</li> <li>• Se cuenta con un amplio número de docentes en todas las especializaciones relacionadas a la administración y sus ciencias afines como derecho, economía, psicología, métodos cuantitativos, etc.</li> <li>• Al pertenecer a la PUCE se cuenta con el prestigio de la misma, hoy aún más que ha sido clasificada como una Universidad de categoría A.</li> <li>• Se cuenta con infraestructura adecuada para impartir los cursos, además de laboratorios de computación y aulas inteligentes.</li> <li>• La ubicación es estratégica ya que se encuentra en el centro de la ciudad, con una amplia oferta de líneas de transporte.</li> </ul> |

2. ¿Cuáles son sus debilidades? ¿Qué aspectos considera que podrían mejorarse a fin de lograr una ventaja competitiva dentro del mercado?

|                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p align="center"><b>Ing. Paulina Cadena, Mtr.</b><br/><b>DECANA DE LA FACULTAD DE</b><br/><b>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y</b><br/><b>CONTABLES</b><br/><b>PUCE</b></p>    | <p>Creo que se debería ofertar una mayor variedad de cursos. La oferta es muy limitada se ofertan muy pocos curso. Y eso no nos permite tener una buena llegada al mercado yo sí creo que se debe ampliar necesariamente la oferta analizar bien cuáles son las necesidades del mercado y en función a eso ofertar una cartera de productos.</p> |
| <p align="center"><b>Ing. Rodrigo Saltos, Mtr.</b><br/><b>SUBDECANO DE LA FACULTAD DE</b><br/><b>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y</b><br/><b>CONTABLES</b><br/><b>PUCE</b></p> | <p>Bueno yo anotaría como debilidad la falta de promoción no hemos hecho un plan promocional integral entonces eso diría yo la principal debilidad por lo demás no encuentro otra debilidad.</p>                                                                                                                                                 |
| <p align="center"><b>Ing. Mariano Merchán, Mtr.</b><br/><b>EX COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE</b></p>                                                                        | <p>Bueno ahí creo que tenemos tres debilidades importantes. La primera es el elevado porcentaje que cobra la</p>                                                                                                                                                                                                                                 |

|                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p align="center"><b>LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p>                                                                           | <p>universidad dentro de los cortos proyectos de los programas. Segundo el no tener una cartera de productos que se pueda ofrecer, es decir sería de preparar ya algunos cursos básicos que se puede ofrecer para luego a medida que van las empresas solicitando otros productos irlos desarrollando ponte debiéramos tener un producto, un portafolio inicial. Tercero, material de promoción, no tenemos un medio adecuado para llegar a visitar a las empresas o para ofertar nuestros productos.</p> |
| <p align="center"><b>Ing. Eduardo Portero<br/>EX ENCARGADO DE LA COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DEL LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p> | <p>Bueno básicamente lo importante sería hacer una planificación estratégica para el área de extensión donde se pueda promocionar a través de medios, ir a buscar los posibles cliente directamente en las empresas que se conoce esa sería la manera de eliminar todas las debilidades que se tiene y a lo mejor incrementar una persona adicional en el área.</p>                                                                                                                                       |
| <p align="center"><b>Ing. Iván Rueda, Mtr.<br/>COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p>                     | <p>Las debilidades son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•No se cuenta con presupuesto para realizar promoción.</li> <li>•Se depende de las autorizaciones de las entidades centrales de la PUCE para organizar cualquier curso.</li> <li>•Los porcentajes de participación de la PUCE son extremadamente altos y están gravados a la venta y no a la utilidad.</li> </ul>                                                                                                       |

3. **¿Cuáles son las aéreas o temas específicos en los que deberían enfocarse los programas de capacitación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE?**

|                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p align="center"><b>Ing. Paulina Cadena, Mtr.<br/>DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p> | <p>Los programas podrían cubrir una seria de áreas como todo lo que es el área de productividad, procesos por ejemplo eso nos fortalece a nosotros porque hemos implementado el sistema de gestión de calidad. En el área de contabilidad también podemos hacer una serie de cursos que pueden ser requeridos fundamentalmente a las Normas Internacionales de Información Financiera. En el área Administrativa todo lo que tiene que ver Planificación, Dirección Estratégica. En el área de marketing todo en cuanto a investigaciones de mercado, estrategias</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                     | de marketing, análisis del comportamiento del consumidor. En el área de Finanzas igual podríamos dar seguimiento a diferentes aspectos relativos así mismo a las diferentes Normas que regulen ese campo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p align="center"><b>Ing. Rodrigo Saltos, Mtr.</b><br/> <b>SUBDECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p>                                | Bueno como ya señale anteriormente en las aéreas de Marketing, Finanzas, Producción, Recursos Humanos y en las nuevas tendencias Administrativas como son Balance Score Card, Benchmarking, Turn around, Ingeniería de procesos, etc...                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p align="center"><b>Ing. Mariano Merchán, Mtr.</b><br/> <b>EX COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p>             | Bueno ahí creo que no hay ningún tema específico lo importante es que todos los cursos giren en torno a lo que es administración, a lo que puede hacer la facultad de administración. Recuerda que cada facultad puede dictar cursos en función a lo que le compete, en función de algo que esté relacionado con la parte académica. Nosotros únicamente podemos dictar cursos que estén relacionados con administración y contabilidad. Entonces no te puedo dar un tema específico porque para eso toca hacer un estudio de mercado y ver qué es lo que más requiere el mercado pero tiene que estar relacionado con lo que es administración y contabilidad. |
| <p align="center"><b>Ing. Eduardo Portero</b><br/> <b>EX ENCARGADO DE LA COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DEL LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p> | Pueden haber muchas áreas, actualmente pueden estar orientadas a las NIFS que van hacer posteriormente pues normas obligatorias en el Área Financiera , y evidentemente también todo lo que esté relacionado con el área de productividad y el área de marketing que puede estar orientada como te decía a empresas y a todos los organismos que necesiten de eso y planificación también.                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>Dr. José Luis Cajigal</b><br/> <b>EX ENCARGADO DE LA</b><br/> <b>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DE LA</b><br/> <b>FACULTAD DE CIENCIAS</b><br/> <b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p> | <p>De la experiencia que yo viví y que fue bastante exitosa, las áreas que mas resultado dieron se relacionaban con el desarrollo de habilidades directivas, cursos en torno a eso manejos de tiempos, en si el cursos de habilidades. Había también otra área en aquel tiempo y creo que ahora podría funcionar que es el uso gerencial de las herramientas de office que es una gran necesidad y tenía buena acogida. Había también diseño y elaboración de proyectos que es un tema, gestión de proyectos, que es un tema bastante interesante que más se puede dar en áreas de interés. Para un buen programa de extensión se debe tener también algunos módulos que no llamaremos del título de especialización pero si para aquellos que quieren por ejemplo profundizar finanzas dos o tres cursos de finanzas , dos o tres cursos concatenados con Marketing. Ese es el tipo de extensión y se dirige a gente que quiere perfeccionarse porque esa es la parte de capacitación. De la experiencia de otras universidades hay unos cursos que están de moda y que lo sacan reiteradamente por el tiempo entonces esa es el área de extensión la mejor referencia para que cursos dar es entender que cursos se anuncia.</p> |
| <p style="text-align: center;"><b>Ing. Iván Rueda, Mtr.</b><br/> <b>COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE LA</b><br/> <b>FACULTAD DE CIENCIAS</b><br/> <b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p>                                 | <p><b>AREAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Estudios de mercado</li> <li>•Auditorías de gestión</li> <li>•Auditorías financieras</li> <li>•Actualización tributaria y contable</li> <li>•Estudios organizacionales</li> <li>•Mejoramiento de procesos</li> <li>•Gestión de Recursos Humanos por Competencias</li> <li>•Planificación estratégica y operativa</li> <li>•Diseño de cuadros de control y Balanced Scorecard</li> <li>•Levantamiento y análisis de indicadores de situación</li> <li>•Derecho laboral</li> <li>•Derecho tributario</li> <li>•Derecho societario</li> <li>•Contabilidad para no contables</li> <li>•Servicio al cliente</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

4. ¿Considera adecuado el proceso actual para abrir un programa de capacitación en la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE? ¿Qué opina al respecto? ¿Podría ser más dinámico? ¿Está bien así?

|                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>Ing. Paulina Cadena, Mtr.<br/>DECANA DE LA FACULTAD DE<br/>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y<br/>CONTABLES<br/>PUCE</b></p>                       | <p>Yo creo que el programa es un poco teórico podría ser un poco más dinámico se debería tener previamente ya aprobados todos los cursos de capacitación de un periodo completo para que no se esté haciendo el trámite de curso por curso lo cual se demora muchísimo y luego se los puede implementar y por otra parte también es importante destacar los porcentajes que maneja la universidad encarece mucho a los programas de extensión eso hace que seamos poco competitivos en el mercado.</p> <p><b>¿RESPECTO A ESE PUNTO EN ESPECIFICO SE PODRIA PROPONER ALGO, OSEA COMO FACULTAD PODRIAMOS PROPONER QUE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA CONSIDERE ESE ASPECTO O ESO ES ALGO INAMOVIBLE?</b></p> <p>No, de hecho si se puede realizar ciertas modificaciones no la podemos ver desde aquí la unidad pero si podríamos discutir con las autoridades ver que facultades nos dan para favorecer a las personas que seguirían los cursos.</p> |
| <p style="text-align: center;"><b>Ing. Rodrigo Saltos, Mtr.<br/>SUBDECANO DE LA FACULTAD DE<br/>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y<br/>CONTABLES<br/>PUCE</b></p>                    | <p>No, yo pienso que si podríamos hacer ajustes especialmente en lo que tiene que ver la interacción con el área administrativa de la universidad, yo debo de reconocer que hay bastantes pasos y el proceso si es bastante burocrático, entonces esto hace que muchas veces perdamos oportunidades. En definitiva hay lentitud en el aparato administrativo de la universidad para que los cursos estos se puedan ofrecer con mayor dinamismo y agilidad.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p style="text-align: center;"><b>Ing. Mariano Merchán, Mtr.<br/>EX COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE<br/>LA FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p> | <p>Bueno el proceso en si, está bien , lamentablemente la universidad tiene ciertos pasos que hay que seguir, ciertas aprobaciones eso hace que se demore por eso hace que no dependa tanto de nosotros , pero el tiempo estimado si se</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                 | <p>hace las cosas con tiempo es el adecuado. Bueno aquí el problema no es tanto el proceso si no como te decía antes el no tener que ofrecer, como ofrecer. Como proceso no le veo que tenga problemas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p style="text-align: center;"><b>Ing. Eduardo Portero</b><br/><b>EX ENCARGADO DE LA</b><br/><b>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DEL</b><br/><b>LA FACULTAD DE CIENCIAS</b><br/><b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/><b>PUCE</b></p> | <p>Debe obligatoriamente ser más dinámico. Lastimosamente desde mi punto de vista toda la estructuración o todo el proceso que tiene que darse para arreglar cursos, porque hay que coordinar con otras partes administrativas de la universidad, es lo que a veces demora y de pronto puede elevar los precios también, por lo que no pueden darse los cursos y es parte de la planificación que se hay que hacer.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p style="text-align: center;"><b>Dr. José Luis Cajjal</b><br/><b>EX ENCARGADO DE LA</b><br/><b>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DE LA</b><br/><b>FACULTAD DE CIENCIAS</b><br/><b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/><b>PUCE</b></p>  | <p>Se daba a conocer los cursos en aquel tiempo fundamentalmente por prensa se hacían anuncios de prensa que salían periódicamente para anunciar los cursos del mes eso era lo que se hacía. Actualmente he visto que se utiliza extensivamente el correo electrónico.</p> <p><b>EN CUANTO AL PERFIL DE LAS PERSONAS QUE PODRIAN ASISTIR A LOS CURSOS NOSOTROS ESTAMOS CONSIDERANDO DOS PERFILES TANTO PERSONAS NATURAALES ES DECIR QUE INDIVIDUALMENTE VENGAN Y PUEDAN CAPACITARSE IGUALMENTE EMPRESAS QUE OPINA AL RESPECTO?</b></p> <p>SI, definitivamente tiene que haber por parte de la capacitación la asociación con empresas que sistemáticamente envía personal de hecho se establece un descuento de cuando son empresas que sistemáticamente envían por ejemplo por lo menos tres cada mes , entonces ya se tiene un contacto permanente y lo difunde el plan dentro de lo que es recursos humanos. La otra la capacitación personal normalmente es bajo difusión masiva y solo los cursos digamos un poco de necesidad del momento son los que pegan, pero a las empresas les interesa muchas veces por ejemplo cursos en recursos humanos basados en eso se venda a varias empresas ese tipo de programas.</p> |

|                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                  | <p><b>ES DECIR QUE SERIA RECOMENDABLE UNIR A PERSONAS DE VARIAS EMPRESAS</b> con personas que vienen con propio financiamiento, si de hecho eso es lo práctico de dar exclusividad en un curso.</p>                                                                                                                                                                                                |
| <p><b>Ing. Iván Rueda, Mtr.<br/>COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p> | <p>El proceso actual contempla la autorización de las direcciones centrales competentes de la PUCE para aprobar un curso, sumado a que, si se requiere laboratorio de computadores, se debe tener primero la disponibilidad de aula por parte de la Dirección de Informática. Para agilizar ese proceso se puede aprobar la elaboración de todo un programa de capacitación con varios cursos.</p> |

**5. Considera necesario utilizar estándares que permitan evaluar el servicio de capacitación brindado por la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables y como implementarse?**

|                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Ing. Paulina Cadena, Mtr.<br/>DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p>    | <p>Creo que es fundamental los estándares y para ello pues también he requerido tomar encuestas a los usuarios que toman el servicio en este caso hacia las personas que tomen los cursos. Que aspectos se podrían evaluar pues aspectos relativo a por ejemplo a la infraestructura para los cursos de capacitación si es la adecuada, la preparación y calidad de los docentes que es fundamental, la temática cubierta si satisface o no las expectativas que tienen las personas que vienen a seguir el curso, otro aspecto que podría evaluarse es la atención en los coffee breaks si es que están satisfechos con la atención, en general como esta implementado el curso ,los materiales que se entregan, todos esos aspectos.</p> |
| <p><b>Ing. Rodrigo Saltos, Mtr.<br/>SUBDECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p> | <p>Bueno los estándares serian los indicadores de gestión yo pienso ahora que definitivamente para hacer una buena gestión administrativa necesitamos indicadores de gestión para poder evaluar y luego dar retro alimentación entonces yo considero que es indispensable que haya estos estándares.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p style="text-align: center;"><b>Ing. Mariano Merchán, Mtr.</b><br/> <b>EX COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE</b><br/> <b>LA FACULTAD DE CIENCIAS</b><br/> <b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p>                         | <p>Ahí habría que diferenciar que es lo que quieres medir. Quieres medir el estándar de cada curso dictado o el estándar del programa de Extensión en función de los cursos dictados, si dicta o no dicta cursos. En general se lo hace porque nosotros cada curso que dictamos lo evaluamos , se hace una evaluación del docente, del material, de la logística para ver la percepción del estudiante pero también ahora con lo que es la certificación de calidad también se está midiendo los ingresos, el número de cursos, el número de participantes y número de docentes que participan dentro de los curso, de una u otra manera si se está midiendo , entonces habría que analizar si son los más adecuados pero si se los esta haciendo.</p>                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p style="text-align: center;"><b>Ing. Eduardo Portero</b><br/> <b>EX ENCARGADO DE LA</b><br/> <b>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DEL</b><br/> <b>LA FACULTAD DE CIENCIAS</b><br/> <b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p> | <p>Si es necesario, si es que todos los cursos se planifican con los objetivos alcanzar con los posibles clientes que acepten los cursos evidentemente esto nos va a permitir nuevamente establecer fortalezas y debilidades. Fortalezas para seguirlas manteniendo y debilidades para cambiarlas e ir mejorando en todo lo que son cursos de extensión.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p style="text-align: center;"><b>Dr. José Luis Cajigal</b><br/> <b>EX ENCARGADO DE LA</b><br/> <b>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DE LA</b><br/> <b>FACULTAD DE CIENCIAS</b><br/> <b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p> | <p>Bueno el punto más sensible en lo que es capacitación esta en crear fama y mantenerla fama por eso en lo que es la parte de la evaluación de los docentes se la debe hacer con mucha estrictez y no permitir que un docente que no haya sido bien evaluado en los cursos reitere nuevamente a los mismo cursos por que rápidamente se deteriora el programa y seleccionar docente de alta calidad y a veces no es tanto la profundidad si no el dinamismo que se tiene en dichos curso.<br/> EN MUCHAS OCASIONES LA GENTE MENCIONA QUE LOS CURSOS SON BASTANTE TEORICOS Y POCO PRACTICOS COMO PODRIAMOS MEJORAR ESTE ASPECTO EN LOS CURSOS QUE OFRECE LA COORDINACIÓN DE EXTENSION DE LA FACULTAD?<br/> Bueno por eso la selección del instructor muchas veces va fuera de la facultad hay muchos caso que se consigue instructores que no son profesores universitarios, sino que son instructores de cursos de capacitación especializados en cursos de capacitación esa es la parte</p> |

|                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                   | de no buscar al profesor si no buscar aquel que de alguna manera haya estado vinculado a las empresas de capacitación.                                                                                                                                                  |
| <b>Ing. Iván Rueda, Mtr.<br/>COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE LA<br/>FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b> | Los procesos de extensión cuentan con indicadores de gestión para cada uno de sus procesos. Debido a su bajo movimiento no se puede todavía, conocer si los mismos miden realmente la gestión de los procesos. Se podría realizar una revisión posterior de los mismos. |

6. **¿Qué institución considera que son los principales competidores para la Coordinación de Extensión de la facultad?**

|                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ing. Paulina Cadena, Mtr.<br/>DECANA DE LA FACULTAD DE<br/>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y<br/>CONTABLES<br/>PUCE</b> | <p>Creo que hay muchos competidores para la coordinación de Extensión, son básicamente todas las instituciones e organizaciones que ofrecen servicio de capacitación, ni siquiera las universidades que de hecho son competidores y tienen cursos intensivos, si no más allá todos los institutos de capacitación y hay una variedad de institutos de capacitación que ofertan cursos muy similares a los que pueden dictar la universidad, pero ahí está la gente que tiene que diferenciar la ventaja de un curso dictado por una universidad que solamente por un instituto pero lo difícil es transmitir que esa ventaja diferenciadora sea captada por el cliente en este caso para que el cliente esté dispuesto a pagar el precio que se le pida.</p> <p><b>ESTE, QUIZA PODRIA MENCIONAR ALGUNOS NOMBRES LOS MAS IMPORTANTES DEL MERCADO QUE CONSIDERE QUE SON LOS COMPETIDORES.</b></p> <p>De hecho la Escuela Politécnica del Ejercito por ejemplo. La UTE ofrece muchísimos cursos similares que podríamos nosotros ofrecer esto de Prácticas Bancarias y Financieras también y una variedad de cursos que podríamos dar en el área de Finanzas. Todas las Auditoras que ofrecen cursos de capacitación Deloitte, Ernerst &amp; Young y todas las empresas que ofrecen cursos de capacitación.</p> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p align="center"><b>Ing. Rodrigo Saltos, Mtr.</b><br/> <b>SUBDECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p>                                | <p>Todas las universidades del país que tengan facultades de ciencias administrativas, empresariales o similares.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p align="center"><b>Ing. Mariano Merchán, Mtr.</b><br/> <b>EX COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p>             | <p>Bueno ahí no tengo presente cuales serian los principales competidores pero básicamente hay dos grupos las universidades y los institutos privados. Es importante ver cuál es el respaldo que tiene cada uno de ellos, cuando uno quiere un curso va donde al instituto que tiene más respaldo puede ser las universidades u otro tipo de institución y eso también lo combina con el precio. Entonces no necesariamente en este momento hay un competidor directo, si no todo depende las ofertas de mercado de la especialización que hay y quién está detrás.</p>                                                                                                                         |
| <p align="center"><b>Ing. Eduardo Portero</b><br/> <b>EX ENCARGADO DE LA COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DEL LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p> | <p>Bueno los competidores son los expertos aquellas organizaciones que se dedican a dar cursos directamente. En cuanto a universidades si conozco no exactamente pero si he escuchado más bien de que si hacen una planificación no solamente de una facultad si no cursos que darían varias facultades que serian las encargadas de dar cursos hacia afuera.</p> <p><b>IMPLICARIA TAMBIEN COMPETIDORES DE LA UNIVERSIDAD LO QUE SON INSTITUTOS PARTICULARES?</b></p> <p>De hecho que sí, porque ellos son los que tienen una mayor cantidad de cliente pero nosotros podríamos aprovechar el hecho de que el certificado que reciban es de la universidad y no de una institución privada.</p> |
| <p align="center"><b>Dr. José Luis Cajjal</b><br/> <b>EX ENCARGADO DE LA COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p>  | <p>Como nombres no tendría mayor cosa ahora la competencia es la interna hay profesores que tienen estas instituciones bueno pero lo que hay también es a veces otra flexibilidad dentro de otra institución porque entonces en la parte de precios muchas veces cuando uno es único dueño puede bajarse , ajustarse a los precio, atraer becas ,ofrecer descuentos y a veces recibe coimas quien decide lastimosamente y ese es un acontecer real que si existe, ese es un punto que hay que reconocer que si existe , entonces recompensa eso con el prestigio del diploma ósea no es lo mismo recibir de Sánchez Sandoval que de la Pontificia</p>                                           |

|  |                                                                                                                                                               |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | universidad Católica entonces el precio debe ser competitivos con ellos pero al mismo tiempo tiene que compensar esas maniobras con el termino del prestigio. |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

7. **¿Considera necesaria la afiliación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE a la Corporación Nacional de Capacitación y Formación Profesional CNCF?**

|                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ing. Paulina Cadena, Mtr.<br/>DECANA DE LA FACULTAD DE<br/>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y<br/>CONTABLES<br/>PUCE</b>                                       | Yo creo que puede ser importante pero no le veo factible por que el problema es que tiene que cumplir con ciertos requisitos para poder afiliarse a esta fundación y nosotros no cumplimos con los requisitos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Ing. Rodrigo Saltos<br/>SUBDECANO DE LA FACULTAD DE<br/>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y<br/>CONTABLES<br/>PUCE</b>                                          | Yo creo que si es importante ya que mientras más alianzas estratégicas se hagan con la sociedad, el vínculo con la comunidad es importantísimo entonces yo considero que hay que fortalecer y tratar de ejecutarlo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Ing. Mariano Merchán, Mtr.<br/>EX COORDINADOR DE EXTENSIÓN<br/>DE LA FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b>                 | Primero no estoy seguro si es que, habría que analizar dos aspectos. Primero si es que la universidad se puede afiliar a la CNCF, eso quiere decir que si es posible. Y luego no creo, que en caso de que sea positivo no estoy seguro si es que el programa de extensión o la facultad lo pueden hacer. Creo que si se lo puede hacer lo haría la universidad no creo que permitan afiliarse por pedacitos. Eso sería de definir pero en todo caso yo creo que si es importante porque sería una manera de aliviar el costo de la capacitación a las empresas el problema que podríamos tener ahí es que , no sé si es que a la CNCF hay que justificar el costo porque nosotros tenemos elevados costos con la universidad y seria de ver si es que eso puede repercutir en que la CNCF diga sí o no. |
| <b>Dr. José Luis Cajigal<br/>EX ENCARGADO DE LA<br/>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DE<br/>LA FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b> | Bueno esa es una gran ventaja el que se haga sin embargo no puede hacerse como facultad tiene que ser como un organismo o como universidad tiene que ser un organismo independiente, una fundación una institución aparte, hay una serie de requisitos que ellos piden desde espacio físico ellos nos vienen a visitar y tiene que ser una entidad como vinculada a la universidad pero independiente. Por ejemplo el CEC de la Politécnica es                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                        | <p>independiente es un organismo que lo separa de la Politécnica y viene a proyectarse a esa modalidad. Es un poco complejo la acreditación sin embargo valdría la pena hacerlo y segundo tiene grandes ventajas sobre todo para cursos que se llaman para el personal operativo por que cubre prácticamente con los fondos del Secap, del pago al IESS que cubren un valor y las empresas de magnitud pueden aplicar a estos fondos.</p>                                                     |
| <p><b>Ing. Iván Rueda, Mtr.</b><br/> <b>RESPONSABLE DE LA</b><br/> <b>COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE</b><br/> <b>LA FACULTAD DE CIENCIAS</b><br/> <b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p> | <p>Hay empresas que consideran importante el subsidio brindado por la CFCF, pero al mismo tiempo para acogerse a dicho subsidio deben contemplar ciertos requisitos exigidos, lo que a muchas veces lo que quieren hacer las organizaciones.</p> <p>No considero necesario la afiliación de la PUCE al CNCF, ya que las fortalezas compensan el no tener dicha afiliación. De ser necesario se pueden establecer alianzas estratégicas con fundaciones afiliadas al CNCF si es necesario.</p> |

8. ¿Qué medios considera que serian los adecuados para difundir la oferta de los programas de Capacitación de la Coordinación de Extensión de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE.

|                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Ing. Paulina Cadena, Mtr.</b><br/> <b>DECANA DE LA FACULTAD DE</b><br/> <b>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y</b><br/> <b>CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p>    | <p>Yo creo que se debe utilizar básicamente mailing que es el más conveniente por que llega al mail de cada persona y aparte visitas a diferentes instituciones que sería una visita personalizada donde se indique la oferta.</p>                                                                                                                                           |
| <p><b>Ing. Rodrigo Saltos, Mtr.</b><br/> <b>SUBDECANO DE LA FACULTAD DE</b><br/> <b>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y</b><br/> <b>CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p> | <p>Bueno uno de los medios que pienso que da resultados en lo que se refiere a capacitación es la prensa igualmente revistas especializadas, eso básicamente.</p>                                                                                                                                                                                                            |
| <p><b>Ing. Mariano Merchán, Mtr.</b><br/> <b>EX COORDINADOR DE EXTENSIÓN</b><br/> <b>DE LA FACULTAD DE CIENCIAS</b></p>                                       | <p>Ahí básicamente podríamos utilizar primero anuncios en el periódico periódico, ósea anuncios en medio de comunicación que sean periódicos dependiendo de si tenemos o no tenemos una cartera de productos. Se podría también dentro de la pagina web de la universidad o de la facultad abrir una específicamente para los cursos de capacitación no estoy tan seguro</p> |

|                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p>                                                                                                               | <p>que tan bueno resulte enviar por mail a una base de datos cursos pero en todo caso si tenemos que tener un material de promoción para publicitar cuando requieren o quieren las empresas de los cursos del portafolio existente.</p> <p><b>¿SERÍA IMPORTANTE REALIZAR VISITAS PERSONALIZADAS A EMPRESAS?</b></p> <p>Los cursos pueden darse de dos maneras pueden ser abiertos al público en general o pueden ser cerrados para las empresas. Entonces nosotros consideramos que cursos pueden ser adecuados para una empresa en función de que tenga interés en el curso y tenga un número de empleados que lo puedan seguir, si es posible hacerlo. Pero tienen que ser, ahí tendríamos que pensar armar un curso para que asistan varias empresas a la vez o un curso para una empresa en particular si vamos a una empresa en particular debe que haber suficiente número de empleados para remplazar los puntos de equilibrio.</p> |
| <p><b>Ing. Eduardo Portero<br/>EX ENCARGADO DE LA<br/>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN<br/>DEL LA FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p> | <p>De hecho debería haber un presupuesto que este dirigido hacer la promoción por los medios a través de entrevistas de medios radiales, televisión pero también por medios como el periódico, prensa escrita.</p> <p><b>SER QUIZA ADECUADO VISITAR A LAS EMPRESAS PARA OFRECER LOS CURSOS.</b></p> <p>De hecho que si eso tiene que ser parte de la planificación, por eso te decía que probablemente el Área de Extensión no tiene el personal necesario para hacer la promoción directamente en empresas públicas y privadas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Dr. José Luis Cajigal<br/>EX ENCARGADO DE LA<br/>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN<br/>DE LA FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p> | <p>Como medios de promoción básicamente habría las publicaciones de la presa que son una mezcla de entre publicidad de la universidad y facultad por que genera una imagen para la facultad y los correos electrónicos que están teniendo ahora una buena base de datos y otra seria la visita a los directores de personal en grandes instituciones.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p><b>Ing. Iván Rueda, Mtr.<br/>RESPONSABLE DE LA<br/>COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE<br/>LA FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p>   | <p>El medio más efectivo sería la prensa escrita y correos enviados a los Gerentes de Recursos Humanos.</p> <p>Otra estrategia de promoción son las visitas personales realizadas a empresas grandes del sector público y privado.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

9. ¿Qué podría sugerir a la Coordinación de Extensión de la Facultad de ciencias Administrativas y Contables de la PUCE a fin de mejorar su servicio actual y ser competitiva dentro del mercado?

|                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p align="center"><b>Ing. Paulina Cadena, Mtr.<br/>DECANA DE LA FACULTAD DE<br/>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y<br/>CONTABLES<br/>PUCE</b></p>                                       | <p>Mi sugerencia sería primero que planifiquen la oferta, que organicen la oferta del curso, que tengan bien especificado y delineado, que con esa oferta de curso vayan y presenten a las instituciones.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p align="center"><b>Ing. Rodrigo Saltos, Mtr.<br/>SUBDECANO DE LA FACULTAD DE<br/>CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y<br/>CONTABLES<br/>PUCE</b></p>                                    | <p>Procurar dar más agilidad a los procesos, a los trámites y hacer más promoción definitivamente.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p align="center"><b>Ing. Mariano Merchán, Mtr.<br/>EX COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE<br/>LA FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p>                 | <p>Manejar todo lo que son los costos de la universidad de manera más adecuada, si es posible nivelar los porcentajes siendo más competitivos y tener una cartera de productos que ofrecer por que muchas veces llaman a preguntar qué cursos ofrecen y nosotros no tenemos nada en particular más bien ofrecemos lo que el cliente quiere, “dígame usted que quiere y yo le hago” pero no tengo nada armado para ofrecerle</p>                                                                                                                                                                                                                             |
| <p align="center"><b>Ing. Eduardo Portero<br/>EX ENCARGADO DE LA<br/>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DEL<br/>LA FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p> | <p>Respecto a servicio yo no tengo mucho que decir porque en realidad cuando se da los cursos la atención y todo eso es excelente, la adecuación de las instalaciones es perfecta pero si lo que se requeriría y mi recomendación es justamente armar un equipo de trabajo para que genere un planificación adecuada lo que va a permitir dar mayor ingresos tanto a la facultad y probablemente algo mas a la universidad.</p>                                                                                                                                                                                                                             |
| <p align="center"><b>Dr. José Luis Cajjal<br/>EX ENCARGADO DE LA<br/>COORDINACIÓN DE EXTENSIÓN DE LA<br/>FACULTAD DE CIENCIAS<br/>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES<br/>PUCE</b></p>  | <p>En la parte de mejora del servicio tiene que hacerse primero tener una buena selección de recursos que se haga atractivos y en lo que es la parte que me decía adicional de sugerencias yo pienso que la facultad tendría que tener un programa de extensión que pueda competir en costos. Y que puede tener no margen pero sería una publicidad para la facultad, generaría ingresos evidentemente. La otra cuestión es que normalmente los directivos, organizadores que están al frente del programa deben tener un incentivo para actuar y no por estar en el lugar, entonces que eso se haga una comisión sobre ventas, tiene que haber eso. Yo</p> |

|                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                          | <p>recuerdo que cuando se lanzo el programa había habido otra persona pero esa persona tenía un incentivo el mismo que aprobado la dirección general académica pero claro con ese incentivo no tenía mayor impulso porque demasiado bajo. Pero con el mismo incentivo después cuando yo tome, es cuestión de volumen, ósea si genera volumen es decir, tal porcentaje es, depende el volumen. Entonces esa es la parte más importante porque yo decía suficiente pero que tiene que haber un volumen por ejemplo de cuatro cursos por mes, entonces la persona puede no hacer solo cuatro sino ocho.</p> |
| <p><b>Ing. Iván Rueda, Mtr.</b><br/> <b>COORDINADOR DE EXTENSIÓN DE LA</b><br/> <b>FACULTAD DE CIENCIAS</b><br/> <b>ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</b><br/> <b>PUCE</b></p> | <p>Aprovechar sus fortalezas, elaborar programas de capacitación y utilizar las estrategias promocionales expuestas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |



**DEL SERVICIO DE CAPACITACIÓN**

|                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>P12.</b> ¿Cuáles son las principales razones que le motivan a contratar cursos de capacitación? ( <b>ESPONTÁNEO</b> )                                                    | Obtener un ascenso dentro de la empresa.....1<br>Ser un profesional competitivo y nutrir la hoja de vida.....2<br>Otra ¿Cuál? _____                                                                                                                         |
| <b>P13.</b> A usted le interesaría recibir...                                                                                                                               | Un curso de actualización sobre un tema conocido.....1<br>Un curso sobre un tema nuevo.....2                                                                                                                                                                |
| <b>P14.</b> ¿A través de qué medio conoció sobre los cursos de capacitación a los cuales ha asistido?                                                                       | Radio.....1<br>Periódicos.....2<br>Revistas.....3<br>Internet/Correo electrónico.....4<br>Referencias (amigos/familiares)...5<br>Otro ¿Cuál? _____                                                                                                          |
| <b>P15.</b> De la siguiente lista de atributos que debe tener una empresa que brinda servicio de capacitación, dígame ¿Cuáles son los atributos más importantes para usted? | <b>P12 (RM) P13 (RU)</b>                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>P16.</b> ¿Y si tuviera que escoger un solo atributo cuál escogería? (RU)                                                                                                 | Respaldo de una institución educativa.....1.....1<br>Precios asequibles.....2.....2<br>Trayectoria dentro del mercado.....3.....3<br>Ofrecer contenidos actuales.....4.....4<br>Horarios adaptados a profesionales.....5.....5<br>Otro ¿Cuál? _____ / _____ |
| <b>P17.</b> ¿Qué institución es el que mejor cumple con estos atributos?                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>P18.</b> Usted...                                                                                                                              | Trabaja en relación de dependencia.....1<br>Tiene negocio propio.....2                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>P19.</b> ¿En qué área trabaja actualmente?                                                                                                     | Marketing.....1<br>Comercial.....2<br>Finanzas .....3<br>Contabilidad .....4<br>Productividad (Procesos – Calidad).....5<br>Recursos Humanos.....6<br>Otra ¿Cuál? _____                                                                                                                                                                                                           |
| <b>P20.</b> ¿En qué aspectos/temas le gustaría capacitarse?                                                                                       | Contabilidad y Tributación.....1<br>Comercio Exterior.....2<br>Marketing y Ventas.....3<br>Utilización de Microsoft Office.....4<br>Anotar tema : _____                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>P21.</b> ¿Cuál es el número aproximado de horas de los cursos de capacitación a los cuales ha asistido? (De un aproximado del número de horas) | <b>P21</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>P22.</b> ¿Y cuánto pagó por este curso?                                                                                                        | <b>P22</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                   | De 8 horas.....1 \$ _____<br>De 10 horas.....2 \$ _____<br>De 20 horas.....3 \$ _____<br>De 30 horas.....4 \$ _____<br>De 40 horas.....5 \$ _____<br>De 50 horas.....6 \$ _____<br>De 60 horas.....7 \$ _____<br>De 70 horas.....8 \$ _____<br>De 80 horas.....9 \$ _____<br>De 90 horas.....10 \$ _____<br>Más de 100 horas.....11 \$ _____<br>Otro (Especifique): _____ / _____ |
| <b>P23.</b> En su consideración ¿Cuánto debería durar un curso a fin de que el contenido sea valorado dentro del mercado laboral?                 | <b>P23</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>P24.</b> ¿Y cuánto estaría dispuesto a pagar por un curso de esa duración?                                                                     | <b>P24</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                   | De 8 horas.....1 \$ _____<br>De 10 horas.....2 \$ _____<br>De 20 horas.....3 \$ _____<br>De 30 horas.....4 \$ _____<br>De 40 horas.....5 \$ _____<br>De 50 horas.....6 \$ _____<br>De 60 horas.....7 \$ _____<br>De 70 horas.....8 \$ _____<br>De 80 horas.....9 \$ _____                                                                                                         |

|                                                                                                                                            |                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                            | De 90 horas.....10 \$ _____<br>Más de 100 horas.....11 \$ _____<br>Otro (Especifique): _____ / _____                                |
| <b>P25.</b> Ha recibido algún curso de capacitación en la PUCE?                                                                            | Si.....1<br>No.....2 <b>IR A P28</b>                                                                                                |
| <b>P26.</b> ¿En qué tema?                                                                                                                  |                                                                                                                                     |
| <b>P27.</b> ¿Qué le pareció?                                                                                                               | Excelente.....5<br>Bueno.....4<br>Regular.....3<br>Malo.....2<br>Pésimo.....1                                                       |
| <b>P28.</b> ¿Por qué?                                                                                                                      | _____<br>_____<br>_____                                                                                                             |
| Si en P26 EL TEMA FUE REALIZADO EN LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN O ES AFÍN AL ÁREA ADMINISTRATIVA IR A P31                                 | Excelente.....5<br>Bueno.....4<br>Regular.....3<br>Malo.....2<br>Pésimo.....1                                                       |
| <b>P29.</b> ¿Sabía que la Facultad de Administración de la PUCE ofrece cursos de capacitación?                                             | Excelente.....5<br>Bueno.....4<br>Regular.....3<br>Malo.....2<br>Pésimo.....1                                                       |
| <b>P30.</b> A través de qué medio conoció de los cursos de capacitación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE? | Periódicos.....1<br>Revistas.....2<br>Internet/Correo electrónico.....3<br>Referencias (amigos/familiares)...4<br>Otro ¿Cuál? _____ |
| <b>P31.</b> ¿Qué le recomendaría a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE sobre sus cursos de capacitación?        | Si.....1<br>No.....2<br><br><b>IR A DATOS DE CLASIFICACIÓN</b>                                                                      |

|                               |
|-------------------------------|
| <b>DATOS DE CLASIFICACIÓN</b> |
|-------------------------------|

|                                                                       |                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1.</b> ¿Cuál es su nivel de educación?                             | Secundaria completa.....1<br>Carrera Técnica.....2<br>Superior incompleta.....3<br>Superior completa.....4<br>Posgrado.....5<br>Otro _____ |
| <b>2.</b> Las funciones de su cargo actual corresponden a un nivel... | Alto.....1<br>Mediano.....2<br>Operativo.....3                                                                                             |

|                            |  |
|----------------------------|--|
| Lugar de Contacto          |  |
| Género                     |  |
| Nombre del entrevistado    |  |
| Teléfono                   |  |
| E-mail                     |  |
| Barrio/Sector de domicilio |  |
| Nombre del encuestador (a) |  |
| Fecha de levantamiento     |  |

## ANEXO 12: TARJETAS DE AYUDA VISUAL PARA LEVANTAMIENTO DE CAMPO SEGMENTO B2C

### TARJETA 1

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| CAMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ)     | 1  |
| CAPEIPI                               | 2  |
| CONQUITO (MUNICIPIO DE QUITO)         | 3  |
| CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA       | 4  |
| CORPORACION FINANCIERA NACIONAL (CFN) | 5  |
| E.S.P.E.                              | 6  |
| FLACSO                                | 7  |
| PUCE                                  | 8  |
| SECAP                                 | 9  |
| TECNOLOGICO DE MONTERREY              | 10 |
| U. POLITECNICA NACIONAL (CEC)         | 11 |
| U. SAN FRANCISCO QUITO (F. CICERON)   | 12 |
| U.T.E.                                | 13 |
| UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR       | 14 |

### TARJETA 2 (A)

|                                       |
|---------------------------------------|
| Respaldo de una institución educativa |
| Precios asequibles                    |
| Trayectoria dentro del mercado        |
| Ofrecer contenidos actuales           |
| Horarios adaptados a profesionales    |

**TARJETA 1**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| CAMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ)     | 1  |
| CAPEIPI                               | 2  |
| CONQUITO (MUNICIPIO DE QUITO)         | 3  |
| CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA       | 4  |
| CORPORACION FINANCIERA NACIONAL (CFN) | 5  |
| E.S.P.E.                              | 6  |
| FLACSO                                | 7  |
| PUCE                                  | 8  |
| SECAP                                 | 9  |
| TECNOLOGICO DE MONTERREY              | 10 |
| U. POLITECNICA NACIONAL (CEC)         | 11 |
| U. SAN FRANCISCO QUITO (F. CICERON)   | 12 |
| U.T.E.                                | 13 |
| UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR       | 14 |

**TARJETA 2 (B)**

|                                       |
|---------------------------------------|
| Horarios adaptados a profesionales    |
| Ofrecer contenidos actuales           |
| Trayectoria dentro del mercado        |
| Precios asequibles                    |
| Respaldo de una institución educativa |

## ANEXO 13: CUESTIONARIO SEGMENTO B2C – FORMULARIO FINAL

### CUESTIONARIO Nº \_\_\_\_\_

Buenos días/tardes mi nombre es... soy alumna de la PUCE, estamos realizando una pequeña encuesta sobre el servicio de capacitación. Le agradezco mucho su colaboración.

#### PREGUNTAS DE FILTRO

|                                                                                                                                                      |                                                                                                             |                                               |                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------|
| <b>P32.</b> ¿Estaría interesado en recibir un curso de capacitación dentro del Área de Administración de Empresas o áreas afines de Especialización? | <b>(ACLARAR ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN COMO MARKETING, PRODUCTIVIDAD, FINANZAS, COMERCIO EXTERIOR, OTRAS)</b> |                                               |                             |
|                                                                                                                                                      | Si.....1                                                                                                    | No.....2 <b>AGRADECER Y TERMINAR ENCUESTA</b> |                             |
| <b>P33.</b> Por favor dígame. Usted...                                                                                                               | Trabaja en relación de dependencia.....1<br>Tiene negocio propio.....2                                      |                                               |                             |
| <b>P34.</b> ¿En qué área trabaja actualmente?<br><br><b>P35.</b> ¿Cuál es el TEMA ESPECÍFICO en el cual desearía capacitarse? <b>INDAGAR</b>         |                                                                                                             | <b>P3</b>                                     | <b>P4 (TEMA ESPECÍFICO)</b> |
|                                                                                                                                                      | Administra su negocio                                                                                       | 1                                             |                             |
|                                                                                                                                                      | Área Comercial/Servicio al Cliente                                                                          | 2                                             |                             |
|                                                                                                                                                      | Marketing                                                                                                   | 3                                             |                             |
|                                                                                                                                                      | Contabilidad/ Tributación                                                                                   | 4                                             |                             |
|                                                                                                                                                      | Finanzas                                                                                                    | 5                                             |                             |
|                                                                                                                                                      | Calidad Total/ Mejoramiento                                                                                 | 6                                             |                             |
|                                                                                                                                                      | Procesos/ Operaciones                                                                                       | 7                                             |                             |
|                                                                                                                                                      | Recursos Humanos                                                                                            | 8                                             |                             |
|                                                                                                                                                      | Otra ¿Cuál?                                                                                                 |                                               |                             |
| Otra                                                                                                                                                 |                                                                                                             |                                               |                             |

#### CONOCIMIENTO DE INSTITUTOS DE CAPACITACIÓN

**P36.** ¿Qué nombre es el primero que recuerda/ el primero que viene a su mente cuando escucha Centros de Capacitación (YA SEAN UNIVERSIDADES O INSTITUTOS PARTICULARES)? **(RU)** ANOTAR:

**P37.** ¿Cuál otro? ¿Alguno más? **INDAGAR** Recuerde que pueden ser universidades o Institutos Particulares **(RM)**

**P38.** ¿En qué empresas ha recibido cursos de capacitación por lo menos **una vez**? **(MOSTRAR TARJETA 1)** **(RM)**  
ACEPTAR OTRAS RESPUESTAS QUE NO CONSTAN EN LA TARJETA

**P39.** ¿Qué tan satisfecho está con el servicio recibido? Por favor califique en una a una escala del 1 al 5, en donde "1" es nada satisfecho y "5" es totalmente satisfecho.

**P40.** ¿Por qué?

**P41.** ¿Cuál fue el tema tratado en el curso de capacitación? (TEMA GENERAL) **(SEGÚN P7)**

| INSTITUTO/ UNIVERSIDAD                | P6 OTROS | P7 1 VEZ | P8 SATISFACCIÓN | P9 ¿POR QUÉ? | P10 TEMA |
|---------------------------------------|----------|----------|-----------------|--------------|----------|
| CAMARA DE COMERCIO DE QUITO (CCQ)     | 1        | 1        | 1 2 3 4 5       |              |          |
| CAPEIPI                               | 2        | 2        | 1 2 3 4 5       |              |          |
| CONQUITO (MUNICIPIO DE QUITO)         | 3        | 3        | 1 2 3 4 5       |              |          |
| CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA       | 4        | 4        | 1 2 3 4 5       |              |          |
| CORPORACION FINANCIERA NACIONAL (CFN) | 5        | 5        | 1 2 3 4 5       |              |          |
| E.S.P.E.                              | 6        | 6        | 1 2 3 4 5       |              |          |
| FLACSO                                | 7        | 7        | 1 2 3 4 5       |              |          |
| PUCE                                  | 8        | 8        | 1 2 3 4 5       |              |          |
| SECAP                                 | 9        | 9        | 1 2 3 4 5       |              |          |
| TECNOLOGICO DE MONTERREY              | 10       | 10       | 1 2 3 4 5       |              |          |
| U. POLITECNICA NACIONAL (CEC)         | 11       | 11       | 1 2 3 4 5       |              |          |
| U. SAN FRANCISCO QUITO (F. CICERON)   | 12       | 12       | 1 2 3 4 5       |              |          |
| U.T.E.                                | 13       | 13       | 1 2 3 4 5       |              |          |
| UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR       | 14       | 14       | 1 2 3 4 5       |              |          |
| OTRAS                                 |          |          | 1 2 3 4 5       |              |          |
|                                       |          |          | 1 2 3 4 5       |              |          |
|                                       |          |          | 1 2 3 4 5       |              |          |
| NINGUNA                               | 98       |          |                 |              |          |

**EL SERVICIO DE CAPACITACIÓN**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>P42.</b> ¿Cuáles son las principales razones que le motivan a contratar cursos de capacitación? (<b>ESPONTÁNEO</b>)</p>                                                                                                                                                                                 | <p>Obtener un ascenso dentro de la empresa.....1<br/>                 Ser un profesional competitivo y nutrir la hoja de vida.....2<br/>                 Otra ¿Cuál? _____</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>P43.</b> Usted preferiría recibir un...</p>                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>Cuso de actualización sobre un tema conocido.....1<br/>                 Curso sobre un tema nuevo.....2</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>P44.</b> ¿A través de qué medio de comunicación conoce sobre nuevos cursos de capacitación?</p>                                                                                                                                                                                                         | <p>Periódicos.....1<br/>                 Revistas.....2<br/>                 Internet/Correo electrónico.....3<br/>                 Referencias (amigos/familiares)...4      Otro ¿Cuál?<br/>                 _____</p>                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>P45.</b> De la siguiente lista de atributos que debe tener una empresa que brinda servicio de capacitación, dígame ¿Cuáles son los atributos más importantes para usted? (<b>MOSTRAR TARJETA 2</b>) ROTAR</p> <p><b>P46.</b> ¿Y si tuviera que escoger un solo atributo cuál escogería? (<b>RU</b>)</p> | <p style="text-align: right;"><b>P14      P15</b></p> <p>(<b>RU</b>)<br/>                 Respaldo de una institución educativa.....1.....1<br/>                 Precios asequibles.....2.....2<br/>                 Trayectoria dentro del mercado.....3.....3<br/>                 Ofrecer contenidos actuales.....4.....4<br/>                 Horarios adaptados a profesionales.....5.....5</p> <p>Otros ¿Cuáles? _____ /<br/>                 _____ /<br/>                 _____ /</p> |

**ÁREAS DE INTERÉS**

| <p><b>P47.</b> En su consideración ¿Cuánto debería durar un curso a fin de que el contenido sea valorado dentro del mercado laboral? Es decir que el curso realmente VALE LA PENA</p> <p><b>P48.</b> ¿Y cuánto estaría dispuesto a pagar por un curso de esa duración?</p> | <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;"></th> <th style="width: 25%; text-align: center;"><b>P16</b></th> <th style="width: 25%; text-align: center;"><b>P17</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>De 8 horas.....1</td><td></td><td>\$ _____</td></tr> <tr><td>De 10 horas.....2</td><td></td><td>\$ _____</td></tr> <tr><td>De 20 horas.....3</td><td></td><td>\$ _____</td></tr> <tr><td>De 30 horas.....4</td><td></td><td>\$ _____</td></tr> <tr><td>De 40 horas.....5</td><td></td><td>\$ _____</td></tr> <tr><td>De 50 horas.....6</td><td></td><td>\$ _____</td></tr> <tr><td>De 60 horas.....7</td><td></td><td>\$ _____</td></tr> <tr><td>De 70 horas.....8</td><td></td><td>\$ _____</td></tr> <tr><td>De 80 horas.....9</td><td></td><td>\$ _____</td></tr> <tr><td>De 90 horas.....10</td><td></td><td>\$ _____</td></tr> <tr><td>Más de 100 horas.....11</td><td></td><td>\$ _____</td></tr> <tr> <td>Otro (Especifique): _____</td> <td></td> <td>/ _____</td> </tr> </tbody> </table> |            | <b>P16</b> | <b>P17</b> | De 8 horas.....1 |  | \$ _____ | De 10 horas.....2 |  | \$ _____ | De 20 horas.....3 |  | \$ _____ | De 30 horas.....4 |  | \$ _____ | De 40 horas.....5 |  | \$ _____ | De 50 horas.....6 |  | \$ _____ | De 60 horas.....7 |  | \$ _____ | De 70 horas.....8 |  | \$ _____ | De 80 horas.....9 |  | \$ _____ | De 90 horas.....10 |  | \$ _____ | Más de 100 horas.....11 |  | \$ _____ | Otro (Especifique): _____ |  | / _____ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------------|--|----------|-------------------|--|----------|-------------------|--|----------|-------------------|--|----------|-------------------|--|----------|-------------------|--|----------|-------------------|--|----------|-------------------|--|----------|-------------------|--|----------|--------------------|--|----------|-------------------------|--|----------|---------------------------|--|---------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>P16</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>P17</b> |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| De 8 horas.....1                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | \$ _____   |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| De 10 horas.....2                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | \$ _____   |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| De 20 horas.....3                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | \$ _____   |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| De 30 horas.....4                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | \$ _____   |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| De 40 horas.....5                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | \$ _____   |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| De 50 horas.....6                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | \$ _____   |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| De 60 horas.....7                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | \$ _____   |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| De 70 horas.....8                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | \$ _____   |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| De 80 horas.....9                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | \$ _____   |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| De 90 horas.....10                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | \$ _____   |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| Más de 100 horas.....11                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | \$ _____   |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |
| Otro (Especifique): _____                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | / _____    |            |            |                  |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                   |  |          |                    |  |          |                         |  |          |                           |  |         |

**PUCE**

SI EN PREGUNTAS ANTERIORES NO MENCIONO A LA PUCE

|                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>P49.</b> ¿Ha recibido algún curso de capacitación en la Universidad Católica (PUCE)?</p>                     | <p>Si.....1<br/>                 No.....2      <b>IR A P23</b></p>                                                                                                                                                 |
| <p><b>P50.</b> A través de qué medio de comunicación conoció de los cursos de capacitación que ofrece la PUCE?</p> | <p>Periódicos.....1<br/>                 Revistas.....2<br/>                 Internet/Correo electrónico.....3<br/>                 Referencias (amigos/familiares)...4<br/>                 Otro ¿Cuál? _____</p> |
| <p><b>P51.</b> ¿Cuál fue el TEMA tratado en el curso de capacitación?</p>                                          | <p>_____</p>                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>P52.</b> En su criterio el curso fue...</p>                                                                  | <p>Excelente.....5<br/>                 Bueno.....4<br/>                 Regular.....3<br/>                 Malo.....2<br/>                 Pésimo.....1</p>                                                       |
| <p><b>P53.</b> ¿Por qué?</p>                                                                                       | <p>_____<br/>                 _____</p>                                                                                                                                                                            |

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN PUCE**

SI EN P20 EL TEMA FUE REALIZADO EN LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN O ES AFÍN AL ÁREA ADMINISTRATIVA HACER P24

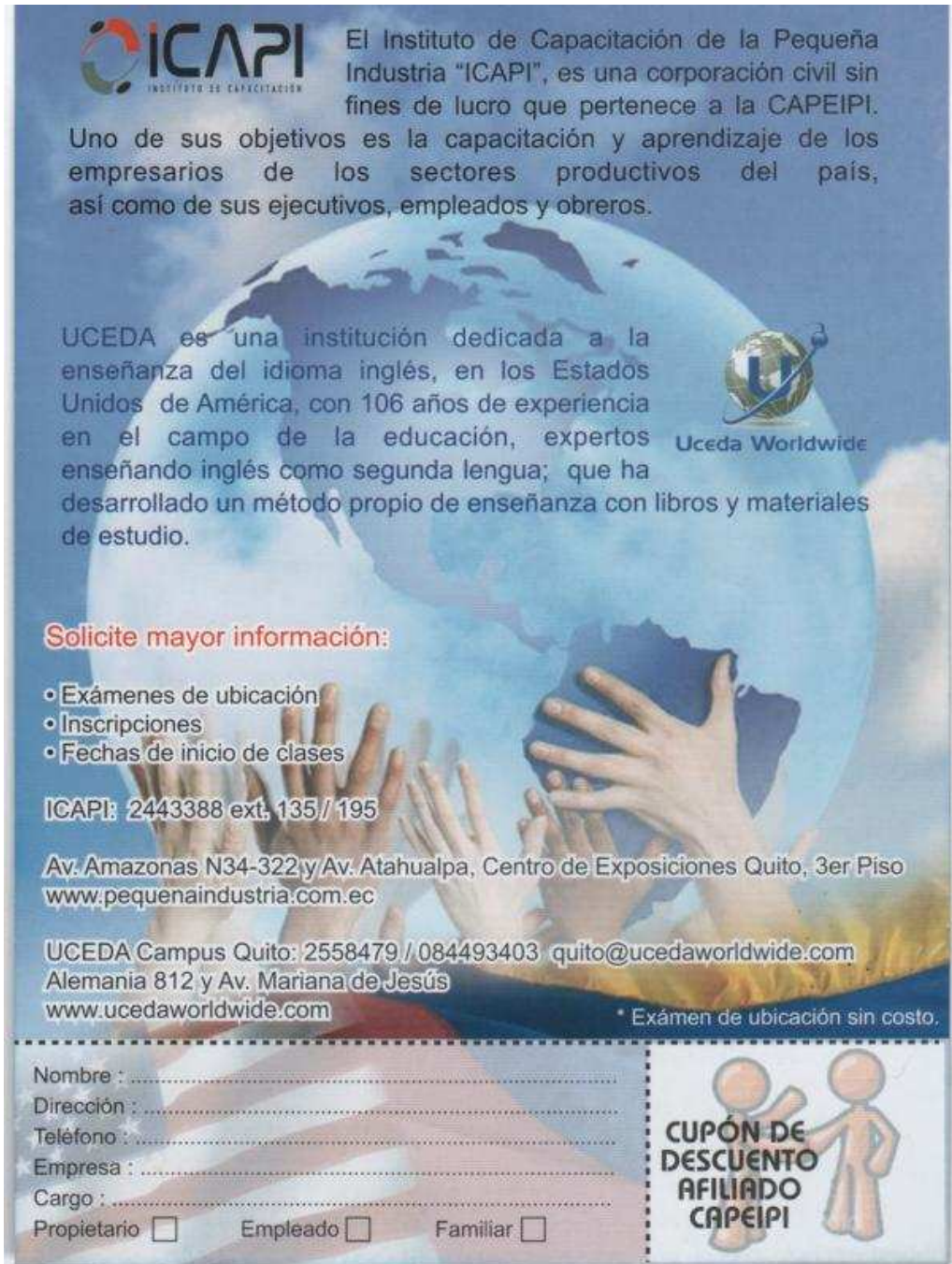
|                                                                                                                                                                |                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>P54.</b> ¿Sabía que la Facultad de Administración de la PUCE ofrece cursos de capacitación?</p>                                                          | <p>Si.....1<br/>No.....2</p>                                                                                              |
| <p><b>P55.</b> ¿ASISTIRÍA NUEVAMENTE / ASISTIRÍA a un curso de capacitación organizado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE?</p> | <p>Si.....1<br/>No.....2 ¿Por qué?<br/>_____<br/>_____</p> <p><b>ANTES DE FINALIZAR ENCUESTA IR A DATOS GENERALES</b></p> |

**DATOS GENERALES**

|                                                  |                                                                                                                                                             |                            |  |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--|
| <p><b>3.</b> ¿Cuál es su nivel de educación?</p> | <p>Secundaria completa..... 1<br/>Carrera Técnica..... 2<br/>Superior incompleta..... 3<br/>Superior completa ..... 4<br/>Posgrado.....5<br/>Otro _____</p> |                            |  |
| <p><b>4.</b> ¿Cuál es su cargo actual?</p>       | <p>_____<br/>Alto (1)      Medio (2)      Operativo (3)</p>                                                                                                 |                            |  |
| <p><b>5.</b> Género</p>                          | <p>Masculino.....1<br/>Femenino.....2</p>                                                                                                                   | <p><b>6.</b> Edad</p>      |  |
| <p><b>7.</b> Nombre del entrevistado (a)</p>     |                                                                                                                                                             | <p><b>8.</b> Teléfono</p>  |  |
| <p><b>9.</b> Barrio/Sector del domicilio</p>     |                                                                                                                                                             | <p><b>10.</b> E - mail</p> |  |

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <p>Nombre del encuestador (a)</p> |  |
| <p>Lugar de Contacto</p>          |  |
| <p>Fecha de levantamiento</p>     |  |
| <p>Hora de inicio</p>             |  |
| <p>Hora de finalización</p>       |  |

## ANEXO 14: MATERIAL IMPRESO DE LA COMPETENCIA OBTENIDO A TRAVÉS DE LA TÉCNICA DE CLIENTE FANTASMA



**ICAPI**  
INSTITUTO DE CAPACITACIÓN

El Instituto de Capacitación de la Pequeña Industria "ICAPI", es una corporación civil sin fines de lucro que pertenece a la CAPEIPI. Uno de sus objetivos es la capacitación y aprendizaje de los empresarios de los sectores productivos del país, así como de sus ejecutivos, empleados y obreros.

UCEDA es una institución dedicada a la enseñanza del idioma inglés, en los Estados Unidos de América, con 106 años de experiencia en el campo de la educación, expertos enseñando inglés como segunda lengua; que ha desarrollado un método propio de enseñanza con libros y materiales de estudio.

**Uceda Worldwide**

**Solicite mayor información:**

- Exámenes de ubicación
- Inscripciones
- Fechas de inicio de clases

ICAPI: 2443388 ext. 135 / 195

Av. Amazonas N34-322 y Av. Atahualpa, Centro de Exposiciones Quito, 3er Piso  
www.pequenaindustria.com.ec

UCEDA Campus Quito: 2558479 / 084493403 quito@ucedaworldwide.com  
Alemania 812 y Av. Mariana de Jesús  
www.ucedaworldwide.com

\* Exámen de ubicación sin costo.

Nombre : .....  
Dirección : .....  
Teléfono : .....  
Empresa : .....  
Cargo : .....  
Propietario  Empleado  Familiar

**CUPÓN DE DESCUENTO AFILIADO CAPEIPI**



INSTITUTO DE CAPACITACIÓN DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA  
CENTRO ACREDITADO POR EL CNCF  
PROGRAMACIÓN MENSUAL



Reg. No. Vigencia  
2007-01-000026-ANEX-2003/26-ANEX-2003

NOVIEMBRE 2009

| TEMAS                                                                                              | FECHA INICIO | FECHA FINALIZACIÓN | HORAS | HORARIO     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------|-------|-------------|
| BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA ALIMENTICIA Y SISTEMAS HACCP                                       | 7-NOV        | 7-NOV              | 8     | 08H00-17H00 |
| GESTION DEL TALENTO HUMANO POR COMPETENCIAS                                                        | 9-NOV        | 13-NOV             | 12    | 07H00-09H30 |
| EL COMITÉ DE SEGURIDAD INDUSTRIAL ( ESCUELA DE SEGURIDAD INDUSTRIAL MÓDULO II)                     | 9-NOV        | 13-NOV             | 15    | 18H00-21H00 |
| LEGISLACIÓN Y MANEJO DEL SISTEMA DE COMPRAS PUBLICAS                                               | 13-NOV       | 13-NOV             | 8     | 08H30-17H30 |
| RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL                                                              | 16-NOV       | 20-NOV             | 10    | 07H00-09H00 |
| NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA NIIF's                                            | 16-NOV       | 27-NOV             | 20    | 07H00-09H00 |
| RECUPERACIÓN DEL EFECTIVO EN VENTAS                                                                | 16-NOV       | 20-NOV             | 10    | 07H00-09H00 |
| EMPRENDIMIENTO ESTRATEGICO Y DEFINICIÓN DEL NEGOCIO (PROGRAMA DE EMPRENDEDORES)                    | 16-NOV       | 20-NOV             | 15    | 18H00-21H00 |
| NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA NIIF's                                            | 16-NOV       | 27-NOV             | 30    | 18H00-21H00 |
| ADMINISTRACIÓN DE BODEGAS Y TOMA DE INVENTARIOS                                                    | 16-NOV       | 20-NOV             | 15    | 18H00-21H00 |
| ADMINISTRACIÓN Y MEJORAMIENTO DE PROCESOS EN EMPRESAS FAMILIARES                                   | 16-NOV       | 20-NOV             | 15    | 18H00-21H00 |
| ANÁLISIS Y ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO CONTABLE                                                    | 23-NOV       | 27-NOV             | 10    | 07H00-09H00 |
| ACTUALIZACIÓN TRIBUTARIA                                                                           | 23-NOV       | 27-NOV             | 10    | 07H00-09H00 |
| INTELIGENCIA EMOCIONAL                                                                             | 23-NOV       | 27-NOV             | 10    | 07H00-09H00 |
| INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA EMPRENDEDORES                                                       | 23-NOV       | 27-NOV             | 15    | 18H00-21H00 |
| ANÁLISIS CAUSAL Y REGISTRO DE INCIDENTES Y ACCIDENTES EN SEGURIDAD INDUSTRIAL (ESCUELA MÓDULO III) | 23-NOV       | 27-NOV             | 15    | 18H00-21H00 |
| INDICADORES DE GESTION                                                                             | 23-NOV       | 27-NOV             | 15    | 18H00-21H00 |



DICIEMBRE 2009

| TEMAS                                                                        | FECHA INICIO | FECHA FINALIZACIÓN | HORAS | HORARIO     |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------|-------|-------------|
| CIERRE DEL BALANCE Y LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA                     | 30-NOV       | 04-DIC             | 10    | 07H00-09H00 |
| HERRAMIENTAS DE CALIDAD EMPRESARIAL Y LAS 5's                                | 30-NOV       | 04-DIC             | 10    | 07H00-09H00 |
| ADMINISTRACIÓN DE COMPRAS                                                    | 30-NOV       | 04-DIC             | 10    | 07H00-09H00 |
| ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA (PROGRAMA EMPRENDEIMIENTO)           | 30-NOV       | 04-DIC             | 15    | 18H00-21H00 |
| ELABORACIÓN DEL REGLAMENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL                           | 30-NOV       | 04-DIC             | 15    | 18H00-21H00 |
| EL PROCESO DE VENTAS EFECTIVAS                                               | 30-NOV       | 04-DIC             | 15    | 18H00-21H00 |
| CONTABILIDAD PARA GERENTES                                                   | 07-DIC       | 11-DIC             | 10    | 07H00-09H00 |
| EXCELENCIA EN EL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE                              | 07-DIC       | 11-DIC             | 10    | 07H00-09H00 |
| SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9000                                      | 07-DIC       | 11-DIC             | 10    | 07H00-09H00 |
| PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE MANTENIMIENTO INDUSTRIAL                     | 07-DIC       | 11-DIC             | 15    | 18H00-21H00 |
| NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA NIIF's                      | 07-DIC       | 18-DIC             | 30    | 18H00-21H00 |
| DIMENSIONAMIENTO FINANCIERO PARA EMPRENDEDORES (PROGRAMA DE EMPRENDEIMIENTO) | 07-DIC       | 11-DIC             | 15    | 18H00-21H00 |
| NEGOCIACIÓN Y SOLUCIÓN DE CONFLICTOS                                         | 14-DIC       | 18-DIC             | 10    | 07H00-09H00 |
| MANEJO DEL ESTRÉS LABORAL                                                    | 14-DIC       | 18-DIC             | 10    | 07H00-09H00 |
| FACTORES DE RIESGO PSICOSOCIALES EN LA SEGURIDAD INDUSTRIAL                  | 14-DIC       | 18-DIC             | 10    | 07H00-09H00 |
| NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA NIIF's                      | 07-DIC       | 18-DIC             | 30    | 18H00-21H00 |
| CIERRE DEL BALANCE Y LIQUIDACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA                     | 14-DIC       | 18-DIC             | 15    | 18H00-21H00 |

¡Recuerde que el proceso de solicitud de financiamiento ante el CNCF empieza 10 días antes del inicio del curso!

Mayor información e inscripciones: Av. Amazonas N34-332 y Av. Atahualpa, Centro de Exposiciones  
Quito, 3er piso. Telf: 2436-995 / 2443-388 / 2443743 ext. 135, 195, 371 celular: 098429204  
ventasicapi@pequenaindustria.com.ec / director\_icapi@pequenaindustria.com.ec

\$ 110 P.  
\$ 85 So


**FACULTAD DE INGENIERIA CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICA**  
 Instituto Superior de Posgrado e Investigación  
*Capacítate al más alto nivel!*


**Unidad de Educación Continua**

| PROGRAMACION EN JAVA I (SUN CERTIFIED PROGRAMMER FOR JAVA 2 PLATFORM) |                                                               |              |                                                    |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------|----------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código                                                                | Curso                                                         | Fecha Inicio | Días                                               | Horas | Temas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| I0025                                                                 | Programación en Java I                                        | 21-novi-sáb  | Sábados<br>08:00h-13:00h                           | 70    | Introducción, Programación orientada a objetos, Elementos del lenguaje Java, Operadores y estructuras de control del lenguaje Java, Definiciones básicas y uso de clases, Las clases: System, String, StringBuffer, Math, y Wrapper, Arreglos, Herencia, Diseño de Interfaces Gráficas de Usuario (GUI), Programación y manejo de eventos en Interfaces Gráficas de Usuario (GUI), Excepciones, Colecciones, Hilos                                                                                 |
| JAVA II: DESARROLLO DE APLICACIONES WEB CON JAVA                      |                                                               |              |                                                    |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Código                                                                | Curso                                                         | Fecha Inicio | Días                                               | Horas | Temas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| I0036                                                                 | Programación Java II: Desarrollo de Aplicaciones Web con Java | 27-febr-sáb  | Sábados<br>08:00h-13:00h                           | 48    | Desarrollar aplicaciones web dinámicas utilizando tecnologías Java: Java Servlets 2.5 y JavaServer Pages 2.1. Adicionalmente presenta una introducción a los modelos MVC (Model-View-Controller) los cuales son las bases de muchos de los frameworks Java para el desarrollo de aplicaciones web (como por ejemplo: JSF, Struts, Spring MVC)                                                                                                                                                      |
| DESARROLLO DE APLICACIONES WEB CON PHP BASICO                         |                                                               |              |                                                    |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Código                                                                | Curso                                                         | Fecha Inicio | Días                                               | Horas | Temas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| I0035                                                                 | Desarrollo de aplicaciones web con PHP                        | 04-ener-lun  | Lunes a Viernes<br>18:00h-21:00h                   | 32    | Introducción al PHP, Instalar PHP, Configuración de PHP, Opciones de correo, Comentarios, Variables, Constantes, Operadores Aritméticos, Operadores de Asignación, Operadores de Comparación, Operadores de Control de Errores, Operadores de Incremento, Operadores Lógicos, Operadores de Cadena, Estructuras de control, Funciones, PHP orientado a objetos, Image GD, descripción y ejemplos, Envío de Emails, Procesamiento de formularios, Cookies en PHP, Sesiones PHP, Funciones de FTP    |
| DESARROLLO DE APLICACIONES WEB CON PHP AVANZADO                       |                                                               |              |                                                    |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Código                                                                | Curso                                                         | Fecha Inicio | Días                                               | Horas | Temas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| I0036                                                                 | Desarrollo de aplicaciones web con PHP Avanzado               | 16-novi-lun  | Lunes a Viernes<br>18:00h-21:00h                   | 32    | Capa de abstracción de base de datos: clases y objetos en PHP5, transacciones de base de datos, seguridad en el acceso a base de datos, inyección SQL. Acceso FTP desde PHP: Protocolo FTP, tipos de acceso y modos de conexión, funciones FTP de PHP. Introducción al JAVASCRIPT: Introducción al lenguaje JAVASCRIPT, elementos del lenguaje, operadores, gramática, aplicaciones JAVASCRIPT HTML. Los objetos AJAX y PHP: ¿Qué es AJAX?, Formularios con AJAX y PHP, eventos, técnicas con AJAX |
| INGLES TÉCNICO Y DE NEGOCIOS PARA INGENIEROS                          |                                                               |              |                                                    |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Código                                                                | Nivel (horarios)                                              | Fecha Inicio | Horas                                              |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| E0101                                                                 | Principiante                                                  | 11/1/10      | 70                                                 |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| E0201                                                                 | Elemental                                                     | 12/1/10      | 70                                                 |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| E0301                                                                 | Pre-Intermedio                                                | 11/1/10      | 70                                                 |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| E0401                                                                 | Intermedio                                                    | 12/1/10      | 70                                                 |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| HABILIDADES PARA NUEVOS GERENTES                                      |                                                               |              |                                                    |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Código                                                                | Curso                                                         | Fecha Inicio | Días                                               | Horas | Temas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| A0028                                                                 | Habilidades para Nuevos Gerentes                              | 08-febr-lun  | Lunes-Martes-<br>Miércoles-Jueves<br>17:00h-21:00h | 16    | Análisis Foda del Nuevo Gerente, administración del tiempo, manejo efectivo de reuniones, actividad en la comunicación, el arte de delegar, empoderamiento, toma de decisiones, liderazgo efectivo                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ADMINISTRACION GERENCIAL DEL TIEMPO                                   |                                                               |              |                                                    |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Código                                                                | Curso                                                         | Fecha Inicio | Días                                               | Horas | Temas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| A0029                                                                 | Administración Gerencial del Tiempo                           | 01-marz-lun  | Lunes-Martes-<br>Miércoles-Jueves<br>17:00h-21:00h | 16    | ¿Qué es tiempo?, cantidad de trabajo y capacidad personal, el control de nuestro tiempo, control de tareas e interrupciones, el diario de control, el programa y el control semanal, planificación vs. Improvisación, establecimiento de prioridades, trabajar con orden, duro contra los malgastadores de tiempo, las decisiones y el tiempo, delegación y tiempo, la asistente, el ocio del líder.                                                                                               |

Gaspar Carvajal y Av. La Gasca, Ciudadela Universitaria, Edif. de aulas, 4to piso.  
 Telefax: (593 2) 2 55.12.70 / e-mail: info@educontinua.com  
 Quito - Ecuador

**www.educontinua.com**

## ANEXO 15: INFORMACIÓN OBTENIDA VÍA MAIL A TRAVÉS DE LA TÉCNICA DE CLIENTE FANTASMA – TECNOLÓGICO DE MONTERREY



### PROGRAMA EN ALTA DIRECCIÓN EN MARKETING PROMOCIÓN 3 AÑO 2009

#### Objetivo general:

Identificar, examinar y poner en práctica los conceptos y herramientas requeridas para la planeación y desarrollo de una estrategia o grupo de estrategias eficaces de mercadotecnia que les permitan a las organizaciones una posición más competitiva.

#### CONTENIDO:

|                                                       |
|-------------------------------------------------------|
| <b>MÓDULO I: ESTRATEGIAS Y DIRECCIÓN DE MARKETING</b> |
|-------------------------------------------------------|

**Fechas: 19, 20 y 21 de Noviembre del 2009**

#### OBJETIVO:

Identificar cuáles son los fundamentos en que se basa la dirección estratégica eficaz de la mercadotecnia en una organización; asimismo, identificar las fases que integran a dicho proceso y las interrelaciones que deben ser consideradas con el medio ambiente en que se desenvuelve la empresa.

#### TEMARIO:

1. ¿En qué consiste la dirección estratégica de la mercadotecnia?
2. Importancia y características de la dirección estratégica de la mercadotecnia
3. ¿Qué es la planeación estratégica de la mercadotecnia?
4. La determinación de la misión, visión y valores de la organización
5. La formulación de los objetivos estratégicos de mercadotecnia
6. El análisis del medio ambiente de la empresa
8. El diagnóstico de las fuerzas organizacionales
7. ¿Qué es una estrategia de mercadotecnia?

8. Tipos de estrategias de mercadotecnia
9. Estrategias de producto
10. Estrategias de precio
11. Estrategias de plaza
12. Estrategias de promoción
13. Liderazgo en costo vs diferenciación
14. El posicionamiento como ventaja competitiva
15. Etapas para el desarrollo de una estrategia de mercadotecnia
16. La formulación de estrategias de mercadotecnia
17. Tareas para la implantación de las estrategias de mercadotecnia

**DURACIÓN: 20:00 HORAS**

## **MÓDULO II: SISTEMAS DE INTELIGENCIA DEL MERCADO**

**Fechas: 21, 22 y 23 de Enero del 2010**

### **OBJETIVO:**

Reconocer la importancia que los sistemas de inteligencia de mercado tienen en el desarrollo exitoso del negocio, a través de la oportuna identificación e implantación de una estrategia de mercado competitiva.

### **TEMARIO:**

1. ¿En qué consiste un sistema de inteligencia de mercado?
2. Beneficios que otorga a una organización un sistema de inteligencia de mercado
3. Componentes del sistema de inteligencia de mercado
4. La inteligencia de negocios
5. La inteligencia competitiva
6. La investigación de mercados
7. Herramientas del sistema de inteligencia de mercado
8. Análisis macroambiental
9. Análisis DOFA
10. La identificación de factores clave de éxito
11. El análisis de las 7S's de Mckinsey
12. Análisis del riesgo país
13. Matrices para el análisis de negocio
14. Análisis del cliente y de la competencia
15. Análisis del ciclo de vida del producto
16. Análisis de la cadena de valor
17. Los estudios de benchmarking

**DURACIÓN: 20:00 HORAS**

|                                           |
|-------------------------------------------|
| <b>MÓDULO III: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN</b> |
|-------------------------------------------|

**Fechas: 25, 26 y 27 de Febrero del 2010**

**OBJETIVO:**

Visualizar los aspectos que son más trascendentes para la comunicación efectiva con el consumidor; así como los medios para elegir las estrategias que sean más apropiadas para la difusión de los productos de una organización.

**TEMARIO:**

1. El modelo de comunicación en la mercadotecnia
2. ¿En qué consiste la promoción en la mercadotecnia?
3. Tipos de estrategias de promoción
4. ¿Qué es la publicidad?
5. Objetivos de la publicidad
6. Tipos de publicidad
7. Aspectos negativos de la publicidad
8. El desarrollo de una campaña publicitaria
9. Medición de mecanismos de respuesta de la eficiencia publicitaria
10. Selección de los medios publicitarios
11. Características de los principales tipos de medios
12. Los costos de la publicidad
13. La venta personal
14. La promoción de ventas
15. La publicidad no pagada y las relaciones públicas

**DURACIÓN: 20:00 HORAS**

|                                                           |
|-----------------------------------------------------------|
| <b>MÓDULO IV: EL MERCADO Y LA CONDUCTA DEL CONSUMIDOR</b> |
|-----------------------------------------------------------|

**Fechas: 25, 26 y 27 de Marzo del 2010**

**OBJETIVO:**

Identificar las principales variables que intervienen en el comportamiento de un mercado; así como las características del consumidor que influyen en su conformación.

**TEMARIO:**

1. ¿Qué son los mercados?
2. ¿Qué es la mezcla de mercadotecnia?
3. ¿Cuáles son las finalidades de una empresa?
4. ¿Qué es un mercado meta?
5. ¿Cómo se dividen los mercados potenciales?
6. Tipos de consumidores
7. Modelo del comportamiento del consumidor
8. La demografía del consumidor
9. La psicología del consumidor
10. La influencia del estilo de vida en el comportamiento de compra
11. Factores culturales que influyen en la compra
12. La clase social
13. Los grupos de referencia
14. Los hábitos de compra
15. El proceso de la toma de decisiones en la compra
16. La protección al consumidor

**DURACIÓN: 20:00 HORAS**

|                                             |
|---------------------------------------------|
| <b>MÓDULO V: BRANDING Y POSICIONAMIENTO</b> |
|---------------------------------------------|

**Fechas: 22, 23 y 24 de Abril del 2010**

**OBJETIVO:**

Identificar y valorar las bases que son indispensables para un desarrollo ético en las relaciones entre el comprador y las empresas oferentes, con el propósito de mantener una relación sana a largo plazo.

**TEMARIO:**

**PARTE I:**

1. ¿En qué consiste el posicionamiento?
2. ¿Por qué es tan importante el posicionamiento para el éxito de un negocio?
3. ¿Qué tipos de posicionamiento existen?
4. Las estrategias de posicionamiento más comunes

**PARTE II:**

1. ¿Qué es una marca
2. La identidad de una marca
3. Las fuentes de identidad para una marca
4. La creación de una marca
5. La administración del ciclo de vida de una marca
6. La extensión de marca
7. Las relaciones marca-producto
8. El portafolio de marcas
9. La entrada de una marca en el mercado internacional
10. La valuación financiera de una marca

**DURACIÓN: 20:00 HORAS**

|                                                            |
|------------------------------------------------------------|
| <b>MÓDULO VI: ADMINISTRACIÓN DEL VALOR PARA EL CLIENTE</b> |
|------------------------------------------------------------|

**Fechas: 20, 21 y 22 de Mayo del 2010**

**OBJETIVO:**

Reconocer la importancia que tiene el valor como eje central de la fidelización del cliente.

**CONTENIDO:**

1. ¿Qué es el valor?
2. La orientación al cliente vs la orientación hacia la organización
3. La alineación con el cliente
4. Análisis del valor del cliente: clave de la ventaja competitiva
5. Factores que contribuyen a la apreciación de un valor superior por parte de un cliente respecto a un producto
6. Herramientas para el análisis del valor para el cliente
7. La aplicación del concepto de valor percibido del producto por el cliente

Estrategias para generar mayor valor al cliente

8. El cliente y el capital intelectual de la empresa
9. El equipo de ventas apalancado

**DURACIÓN: 20:00 HORAS**

## ANEXO 16: INFORMACIÓN OBTENIDA VÍA MAIL A TRAVÉS DE LA TÉCNICA DE CLIENTE FANTASMA – FUNDACIÓN CICERON USFQ



### Certificación al Programa Internacional de Excelencia en Lubricación

Tiene como objetivo fortalecer conocimientos en aspectos técnicos relacionados con los principios y fundamentos de los lubricantes y la lubricación, la lubricación automotriz, la lubricación de equipos industriales, el desarrollo del mantenimiento a través de la lubricación y la seguridad, salud y medio ambiente.



#### Dirigido a :

Gerentes, Jefes e Ingenieros de Mantenimiento y Postventa (ING); Tecnólogos, Operarios, Jefes de Patio, Mecánicos, Lubricadores (LOM); Asesores Comerciales, Vendedores (RVT); Personal no Técnico, Jefes de Compras, Financieros (PNT); Estudiantes (EST).

#### I. Módulo de Lubricación Básica. Duración 20 horas

Fechas: **Quito:** viernes 14, sábado 15; viernes 28 y sábado 29 de mayo de 2010.  
**Guayaquil:** viernes 07, sábado 08 de mayo, viernes 21 y sábado 22 de mayo de 2010.  
Horario: Viernes de 14h30 a 20h00; sábados de 8h30 a 14h00.

#### II. Módulo de Lubricación Automotriz. Duración 16 horas

Fechas: **Quito:** viernes 11, sábado 12; viernes 25 y sábado 26 de junio de 2010.  
**Guayaquil:** viernes 04, sábado 05; viernes 18 y sábado 19 de junio de 2010.  
Horario: Viernes de 14h30 a 19h00; sábados de 8h30 a 13h00.

#### III. Módulo de Lubricación Industrial Duración. 20 horas

Fechas: **Quito:** viernes 09, sábado 10; viernes 23 y sábado 24 de julio de 2010.  
**Guayaquil:** viernes 02, sábado 03; viernes 16 y sábado 17 de julio de 2010.  
Horario: Viernes de 14h30 a 20h00; sábados de 8h30 a 14h00.

#### IV. Módulo de Mantenimiento y Administración Total de la Lubricación ATL. Duración 16 horas.

Fechas: **Quito:** viernes 27, sábado 28 de agosto; viernes 10 y sábado 11 de septiembre de 2010.  
**Guayaquil:** viernes 03, sábado; viernes 17 y sábado 18 de septiembre de 2010.  
Horario: Viernes de 14h30 a 19h00; sábados de 8h30 a 13h00.

#### V. Módulo de Salud, Seguridad y Medio Ambiente HSE. Duración 8 horas

Fechas: **Quito:** viernes 24 y sábado 25 de septiembre de 2010.  
**Guayaquil:** viernes 15, sábado 16 de octubre de 2010.  
Horario: Viernes de 14h30 a 19h00; sábados de 8h30 a 13h00.



**Valor Total Certificación:**  
**USD 1170.00 + IVA**

#### Descuentos Preferenciales:

- 10% para inscripciones hasta el día viernes 19 de abril de 2010.
- 10% para tres o más inscripciones de una misma empresa.
- 20% para estudiantes y profesores.

#### Informes e inscripciones:

Av. Interoceánica s/n círculo de Cumbayá, Fundación Cicerón USFQ  
fundacionciceron@usfq.edu.ec  
Telefonos: Quito: (02) 2971753 y 098343218 Telefax: (02) 2971729 ; Guayaquil: (04) 2630393

# SEMINARIOS DE ACTUALIDAD EMPRESARIAL



El San Francisco Business School presenta el seminario

## Cómo hacer negocios con éxito en China.



**SAN FRANCISCO  
BUSINESS SCHOOL**

### Dirigido a:

Empresarios y profesionales interesados en reflexionar sobre temas de actualidad en el mundo de los negocios. Responsables de la adquisición de bienes y servicios en el exterior; importadores; interesados en abrir líneas de negocio con China.

### Contenido:

- Importancia de China en la economía mundial.
- Comprendiendo la cultura de negocios en China.
- Prácticas de negocio en China.
- Oportunidades de manufactura.
- Industrias y productos estratégicos.
- Gestión de compras.
- Negociación de precios, contratos y formas de pago.

**Inversión \$250 +IVA**

### Conferencistas:

- Finnur Gudmundsson *ORKA International.*
- Pablo Lucio Paredes *USFQ - Director del Instituto de Economía.*
- Giuseppe Marzano *USFQ - Decano CAD.*
- Ángela Roldós *ORKA International.*

**Abril 21-22-23, 18h45 - 21h30**

**Informes:** Fundación Cicerón Telf: 022971753, 098343218, Telefax: 022971729  
comunicacionciceron@usfq.edu.ec [www.usfq.edu.ec/F\\_Ciceron](http://www.usfq.edu.ec/F_Ciceron)

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

21 JUNIO - 6 AGOSTO 2010

PROGRAMA INTERNACIONAL  
DE ECONOMÍA AVANZADACERTIFICADO EN ECONOMÍA  
Y POLÍTICAS DE DESARROLLO

El programa de actualización está dirigido a profesionales y consultores con conocimientos intermedios de economía que buscan adquirir nuevas herramientas para mejorar su desempeño profesional, o que desean actualizarse en temas relevantes de la aplicación de la economía a la definición de políticas públicas.



## Módulos ofrecidos

**1. Métodos No paramétricos y Semi-paramétricos en Microeconomía con Aplicaciones en R.** 21-25 Junio, L-V 7:00 – 9:00 y 18:00 – 20:00, 20 horas.  
Profesor: David Jacho, Universidad de Indiana.

**2. Heterodox approaches to development economics and macroeconomic theory** (en inglés), Fecha 28 junio al 9 de julio, L-V 7:00 – 9:00, 20 horas.  
Profesor: Amitdava Durr, Universidad de Notre-Dame, Indiana.

**3. Introducción a los Métodos Cuantitativos en la Economía: Evaluación de Impacto y Microeconomía.** 12-23 Julio, L-V 7:00 – 9:00, 20 horas.  
Profesor: Paul Carrillo, Universidad George Washington.

**4. Organización Industrial.** 26 Julio al 6 agosto, L-V 8:00 – 9:00, 20 horas.  
Profesor: Christian Rojas, Universidad de Massachusetts – Amherst.

## Modalidades

## Descuentos para grupos

1. Certificado de completación del programa.  
Costo del curso: 900 US\$,
2. Certificado de asistencia a los módulos individuales.  
Costo por módulo: 300 US\$

21 JUNIO - 6 AGOSTO 2010  
UNIVERSIDAD  
SAN FRANCISCO DE QUITO,  
CAMPUS CUMBAYÁ, QUITO

FUNDACION  
CICERON  
U S F Q

comunicacionciceron@usfq.edu.ec 2971729

## **ANEXO 17: CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DE EDEP – SEGMENTO B2C**

### **ÁREA DE MARKETING**

#### **MARKETING MÓDULO I**

##### **1. MODELO DE DIRECCIÓN DE MARKETING**

- 1.1. Proceso de marketing
- 1.2. Acciones estratégicas
- 1.3. Acciones operativas

##### **2. CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA, SEGMENTACIÓN, DIFERENCIACIÓN Y POSICIONAMIENTO**

- 2.1. Cuantificación y pronóstico de la demanda del mercado
- 2.2. Desarrollo procedimental de la segmentación de mercados
- 2.3. Análisis de atractivos de segmentos de mercados
- 2.4. Selección de mercados objetivos
- 2.5. Diferenciación
- 2.6. Objetivos y estrategias de posicionamiento

##### **3. SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

- 3.1. Investigación Exploratoria
- 3.2. Investigación Descriptiva
- 3.3. Investigación Causal

#### **MARKETING MÓDULO II**

##### **1. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE MARKETING**

- 1.1. Objetivos de marketing
- 1.2. Estrategias genéricas
- 1.3. Estrategias de macro y micro segmentación
- 1.4. Estrategias de crecimiento y mantenimiento
- 1.5. Estrategias de demanda primaria
- 1.6. Estrategias de demanda selectiva

##### **2. PLANEACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE MARKETING**

- 2.1. Selección y administración de los canales de mercado
- 2.2. Estrategias de comunicación y mezcla de promoción
- 2.3. Programas de precios y productos

##### **3. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE MARKETING**

- 3.1. Administración de servicios
- 3.2. Introducción al análisis financiero de acuerdo con las decisiones de mercadeo
- 3.3. Aplicación de la Auditoria de Marketing

## **SERVICIO AL CLIENTE**

### **1. IMPORTANCIA DEL CLIENTE**

- 1.1. Comprender la importancia del cliente dentro del negocio
- 1.2. Acciones para mantener clientes
- 1.3. Relación entre Excelencia y Calidad
- 1.4. Los Clientes Internos y los Clientes Externos

### **2. RELACIÓN CON EL CLIENTE**

- 2.1. Comprender si el cliente siempre tiene la razón
- 2.2. Las expectativas frente a los niveles de Satisfacción
- 2.3. Ciclo del Servicio dentro de la empresa
- 2.4. Los Costos de la No-Calidad
- 2.5. “Los Momentos de la Verdad” y los "Puntos de Contacto"

### **3. ATENCIÓN AL CLIENTE**

- 3.1. Atención a clientes a través de diferentes canales
- 3.2. Resolución de quejas y reclamo
- 3.3. Importancia de la iniciativa y creatividad en el servicio al cliente
- 3.4. Trabajo en equipo – clave para la “Excelencia en el Servicio”
- 3.5. Desarrollo de la Inteligencia Emocional
- 3.6. Técnicas de evaluación del servicio

## **GESTIÓN ESTRATÉGICA DE VENTAS**

### **1. PLANIFICACIÓN DE VENTAS**

- 1.1. Estimación del potencial de marketing y previsión de las ventas
- 1.2. Elaboración del presupuesto de ventas
- 1.3. Territorios de ventas
- 1.4. Cuotas de ventas

### **2. ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL DE VENTAS**

- 2.1. Organización de un equipo de ventas
- 2.2. Elaboración de perfil
- 2.3. Selección y contratación del personal
- 2.4. Capacitación de vendedores
- 2.5. Socialización de los nuevos vendedores
- 2.6. Desarrollo y ejecución de un programa de formación en ventas

### **3. DIRECCIÓN DE LAS OPERACIONES DE UN EQUIPO DE VENTAS**

- 3.1. Couching y taller de ventas

- 3.2. Motivación del equipo de ventas
- 3.3. Sistema de compensación
- 3.4. Liderazgo y supervisión

#### **4. PROCESO DE VENTAS**

- 4.1. Preparación y presentación de la empresa
- 4.2. Prospección, análisis de necesidades y oferta de beneficios
- 4.3. Manejo de objeciones
- 4.4. Negociación de las condiciones de venta
- 4.5. Cierre de ventas

#### **5. RENDIMIENTO DE VENTAS**

- 5.1. Análisis del volumen de ventas
- 5.2. Recuperación de cartera
- 5.3. Análisis del costo y rentabilidad del marketing
- 5.4. Valoración del rendimiento individual de ventas
- 5.5. Responsabilidades éticas y legales de los directores de ventas

## **FINANZAS Y AUDITORIA**

### **GERENCIA FINANCIERA**

#### **1. LOS ESTADOS FINANCIEROS**

- 1.1. La generación de los estados financieros
- 1.2. Estructura de los estados financieros
- 1.3. Significado e interpretación de los estados financieros
- 1.4. El estado de resultados o de pérdidas y ganancias
- 1.5. El balance general o estado de situación
- 1.6. El estado de flujos de efectivo

#### **2. HERRAMIENTAS DEL ANÁLISIS FINANCIERO**

- 2.1. Técnicas de análisis y de comparación
- 2.2. Análisis de estructura de gastos, activos y financiamiento
- 2.3. Análisis de crecimiento y tendencias
- 2.4. Análisis mediante razones financieras
- 2.5. Análisis integrado. Relaciones Dupont
- 2.6. Análisis de variaciones y cambios
- 2.7. Usos y limitaciones del análisis financiero

#### **3. PLANIFICACIÓN FINANCIERA**

- 3.1. La planificación financiera
- 3.2. El presupuesto como herramienta de planificación
- 3.3. Pronóstico de ventas
- 3.4. El presupuesto de gastos
- 3.5. Estado de resultados proyectado
- 3.6. Balance general proyectado

- 3.7 El presupuesto de caja
- 3.8 Uso del punto de equilibrio en la planificación financiera

#### **4. ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO**

- 4.1 Concepto y objetivos de la administración del capital de trabajo
- 4.2 Financiamiento del capital de trabajo
- 4.3 Ciclos de conversión del dinero
- 4.4 Inversión del capital de trabajo
- 4.5 Políticas de financiamiento del capital de trabajo

|                            |
|----------------------------|
| <b>CONTABILIDAD BÁSICA</b> |
|----------------------------|

#### **1. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD**

- 1.1. Fundamentos de la Contabilidad
- 1.2. El ciclo contable
- 1.3. Empresas comerciales

#### **2. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS ANUALES**

- 2.1. Conceptos tributarios
- 2.2. Impuesto a la Renta
- 2.3. Anticipo Impuesto a la Renta

#### **3. EL CONTROL INTERNO**

- 3.1. Clases de controles
- 3.2. Normas fundamentales de control interno
- 3.3. Limitaciones del control interno

#### **4. EL DISPONIBLE DE LA EMPRESA**

- 4.1. El efectivo
- 4.2. Inversiones financieras

#### **5. EL EXIGIBLE**

- 5.1. Cuentas y documentos por cobrar a clientes
- 5.2. Cuentas por cobrar a tarjeta de crédito
- 5.3. Anticipo a empleados
- 5.4. Descuento de documentos

#### **6. INVENTARIOS**

- 6.1. Propiedad planta y equipo
- 6.2. Activos intangibles
  - 6.2.1. Gastos amortizables
  - 6.2.2. Gastos de constitución
  - 6.2.3. Gastos de investigación y desarrollo

**CONTABILIDAD INTERMEDIA****1. CUENTAS DE PASIVO**

- 1.1. Pasivo Corriente
- 1.2. Pasivo no corriente

**2. ANÁLISIS DEL PATRIMONIO**

- 2.1. Definición, naturaleza y características
- 2.2. Control interno
- 2.3. Principios de valuación y presentación
- 2.4. Estructura (cuentas que lo conforman)

**3. ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO**

- 3.1. Naturaleza y Objetivo
- 3.2. Estudio y exposición de las variaciones
- 3.3. Valor Patrimonial Proporcional (V.P.P.) y Método de Participación

**4. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO**

- 4.1. Base legal NIC 7, NIC 1, NIIF 1
- 4.2. Transacciones que originan e utilizan fondos
- 4.3. Actividades de operación, inversión y financiamiento
- 4.4. Métodos de presentación del Estado
- 4.5. Análisis de resultados

**5. NOTAS ACLARATORIAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS**

- 5.1. Notas aclaratorias NIC 1, NIIF 7

**DECLARACIONES TRIBUTARIAS****1. DEBERES DEL CONTRIBUYENTE O RESPONSABLE Y ADMINISTRACIÓN**

- 1.1. Deberes formales del Contribuyente o Responsable
- 1.2. Deberes de terceros
- 1.3. Deberes de funcionarios públicos
- 1.4. Deberes sustanciales

**2. DECLARACION DE IMPUESTOS**

- 2.1. Tipo de Rentas
- 2.2. Rentas Exentas
- 2.3. Deduciones
- 2.4. Amortización de Pérdidas Tributarias
- 2.5. Base Imponible
- 2.6. La determinación tributaria

**3. CONCILIACIÓN TRIBUTARIA**

- 3.1. Procedimiento reglamentario

- 3.2 El Valor Máximo a Reinvertir
- 3.3 Legalización de la capitalización
- 3.4 El formulario 101 y 102

#### **4. DECLARACIÓN DE IMPUESTOS**

- 4.1. RETENCIONES EN LA FUENTE DEL IMPUESTO A LA RENTA
  - 4.1.1 Sujetos pasivos
  - 4.1.2 Porcentajes de retención para pagos internos
  - 4.1.3 El formulario 103
- 4.2. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
  - 4.2.1. Objeto del Impuesto
  - 4.2.2. Concepto de transferencia
  - 4.2.3. El Crédito Tributario
  - 4.2.4. Las retenciones del IVA
  - 4.2.5. Conciliación tributaria del IVA como agente de percepción y retención

#### **5. OTRAS DECLARACIONES**

- 5.1. El Impuesto a los Consumos Especiales Formulario 105
- 5.2. El formulario 106b y 106 –B
- 5.3. El formulario 107
- 5.4. El formulario 108

#### **6. INFORME DE CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO**

- 6.1 Descripción conceptual
- 6.2 Anexos
- 6.3 Informe de los Auditores Externos
- 6.4 Proceso integral del informe de cumplimiento tributario

### **NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERAS - NIIFs**

#### **1. CONSOLIDACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS**

- 1.1 Combinación de negocios: Tipos y causas
- 1.2 Efectos y análisis de estados financieros combinados
- 1.3 Intereses Minoritarios

#### **2. FUSIÓN Y ESCISIÓN DE NEGOCIOS**

- 2.1. Normativa legal ecuatoriana
- 2.2. Tipos de fusiones y escisiones de negocios
- 2.3. Procedimientos contables para fusionar estados financieros y negocios
- 2.4. Procedimientos contables para escindir estados financieros y negocios
- 2.5. Efectos y estrategias para fusionar y/o escindir negocios

#### **3. ELABORACIÓN DE NOTAS A ESTADOS FINANCIEROS**

- 3.1. Normativa legal referente a la elaboración y emisión de notas a los estados financieros
- 3.2. Notas Generales a los estados financieros
- 3.3. Notas específicas a los estados financieros

**4. LIQUIDACIÓN DE NEGOCIOS**

- 4.1. Proceso legal de disolución y liquidación de negocios
- 4.2. Entorno económico y efectos de una liquidación de negocios
- 4.3. Elaboración y emisión de estados financieros de un negocio en liquidación

**ÁREA DE PRODUCTIVIDAD****GESTIÓN DE PROCESOS****1. MARCO CONCEPTUAL BÁSICO SOBRE LA GESTIÓN DE PROCESOS**

- 1.1. Definición e importancia del cliente
- 1.2. Importación del enfoque hacia procesos
- 1.3. Elementos de la Calidad Organizacional
- 1.4. Herramientas para el cambio organizacional
- 1.5. Definición de Valor Agregado
- 1.6. Filosofías de Administración por Procesos

**2. REPASO DE HERRAMIENTAS DE CALIDAD**

- 2.1. Diagrama Causa- Efecto
- 2.2. Diagrama de Pareto
- 2.3. Matriz de Relación
- 2.4. Diagrama de comportamiento
- 2.5. Diagrama de Gantt
- 2.6. Entrevistas
- 2.7. Comunicación

**3. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS**

- 3.1. Ventajas de los diagramas de flujo
- 3.2. Desventajas de descripciones textuales
- 3.3. Características de la herramienta de diagramación
- 3.4. Simbología utilizada en la herramienta de diagramación
- 3.5. Procedimiento a seguir para elaborar un diagrama de flujo
- 3.6. Niveles de detalle de procesos

**4. METODOLOGÍA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS**

- 4.1. Mapeo de Procesos
- 4.2. Levantamiento de información
- 4.3. Análisis del Proceso
- 4.4. Diseño del nuevo proceso
- 4.5. Implantación del nuevo proceso
- 4.6. Evaluación del proceso

**5. NORMAS ISO**

- 5.1. Fundamentos de Normas ISO

5.2. Requisitos de la Norma 9000:2000

## **6. AUDITORIAS DE CALIDAD**

6.1. Análisis y planificación

### **CUADRO DE MANDO INTEGRAL (BALANCED SCORECARD)**

#### **1. INTRODUCCIÓN**

1.1. Áreas de análisis

1.1.1 Financiera

1.1.2 Cliente

1.1.3 Proceso

1.1.4 Desarrollo de personas y aprendizaje

#### **2. BENEFICIOS**

2.1. Análisis de beneficios en cada área

#### **3. IMPLEMENTACIÓN**

3.1. Diagnostico y levantamiento de información

3.2. Determinación de funciones generales

3.3. Estudio de necesidades

3.4. Determinación de variables criticas

3.5. Establecimiento de medidas correctivas entre variables criticas

3.6. Elaboración del cuadro de mando integral

#### **4. ELABORACIÓN DEL CUADRO DE MANDO**

4.1. Desarrollo integral

### **ÁREA DE ADMINISTRACIÓN**

### **ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS**

1.1. Análisis del sector y la competencia

1.2. Análisis del mercado

1.3. Estrategia comercial

1.4. Estrategia de producción

1.5. Análisis técnico

1.6. Análisis financiero

1.7. Organización

|                                  |
|----------------------------------|
| <b>GESTIÓN DE TALENTO HUMANO</b> |
|----------------------------------|

**1. ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL**

- 1.1. Funciones de la administración de personal
- 1.2. Directrices uniformes para los procedimientos de reclutamiento, selección, capacitación y evaluación de personal
- 1.3. Análisis de puesto

**2. DESARROLLO Y EVALUACIÓN**

- 2.1. Desarrollo del personal
- 2.2. Cultura corporativa, desarrollo organizacional y trabajo en equipo
- 2.3. Definición de planeación y desarrollo de carrera
- 2.4. Evaluación del desempeño

**3. BIENESTAR LABORAL**

- 3.1. Tipos de compensación
- 3.2. Programas de salud y bienestar
- 3.3. Manejo de tensiones

**4. RELACIONES CON EL PERSONAL Y EVALUACIÓN DE LA VIDA PERSONAL**

- 4.1. El sindicato
- 4.2. Negociación colectiva
- 4.3. Relaciones internas con los empleados

## **ANEXO 18: CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DE EDEP – SEGMENTO B2B**

|                          |
|--------------------------|
| <b>ÁREA DE MARKETING</b> |
|--------------------------|

### **DIRECCIÓN DE MARKETING – MODULO I**

#### **1. MODELO DE DIRECCIÓN DE MARKETING**

- 1.1 Proceso de marketing
- 1.2 Acciones estratégicas
- 1.3 Acciones operativas

#### **2. CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA, SEGMENTACIÓN, DIFERENCIACIÓN Y POSICIONAMIENTO**

- 2.1. Cuantificación y pronóstico de la demanda del merc
- 2.2. Desarrollo procedimental de la segmentación de mercados
- 2.3. Análisis de atractivos de segmentos de mercados
- 2.4. Selección de mercados objetivos
- 2.5. Diferenciación
- 2.6. Objetivos y estrategias de posicionamiento

#### **3. SISTEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

- 3.1. Investigación Exploratoria
- 3.2. Investigación Descriptiva
- 3.3. Investigación Causal

### **DIRECCIÓN DE MARKETING – MODULO II**

#### **1. OBJETIVOS Y ESTRATÉGIAS DE MARKETING**

- 1.4 Objetivos de marketing
- 1.5 Estrategias genéricas
- 1.6 Estrategias de macro y microsegmentación
- 1.7 Estrategias de crecimiento y mantenimiento
- 1.8 Estrategias de demanda primaria
- 1.9 Estrategias de demanda selectiva

#### **2. PLANEACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE MARKETING**

- 1.10 Selección y administración de los canales de mercado
- 1.11 Estrategias de comunicación y mezcla de promoción
- 1.12 Programas de precios y productos

#### **3. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE MERCADOTECNIA**

- 1.13 Administración de servicios
- 1.14 Introducción al análisis financiero de acuerdo con las decisiones de mercadeo

1.15 Aplicación de la Auditoria de Marketing

#### **4. EL INTERNET DENTRO DE LAS ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS**

4.1 Comprendiendo el mercado electrónico e-business

4.2 Redes sociales

#### **5. PROMOCIÓN A TRAVES DE MEDIOS NO TRADICIONALES - BTL**

5.1 Fundamentos de comunicación

5.2 Medios tradicionales

5.3 Técnicas de comunicación BTL

5.4 Implementación dentro del negocio

5.5 Análisis comparativo entre medios tradicionales y BTL

|                                      |
|--------------------------------------|
| <b>GESTIÓN ESTRATÉGICA DE VENTAS</b> |
|--------------------------------------|

#### **1. PLANIFICACIÓN DE VENTAS**

1.1 Estimación del potencial de marketing y previsión de las ventas

1.2 Elaboración del presupuesto de ventas

1.3 Territorios de ventas

1.4 Cuotas de ventas

#### **2. ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL DE VENTAS**

2.1 Organización de un equipo de ventas

2.2 Elaboración de perfil

2.3 Selección y contratación del personal

2.4 Capacitación de vendedores

2.5 Socialización de los nuevos vendedores

2.6 Desarrollo y ejecución de un programa de formación en ventas

2.7 Couching y taller de ventas

#### **3. DIRECCIÓN DE LAS OPERACIONES DE UN EQUIPO DE VENTAS**

3.1 Couching y taller de ventas

3.2 Motivación del equipo de ventas

3.3 Sistema de compensación

3.4 Liderazgo y supervisión

#### **4. PROCESO DE VENTAS**

4.1 Preparación y presentación de la empresa

4.2 Prospección, análisis de necesidades y oferta de beneficios

4.3 Manejo de objeciones

4.4 Negociación de las condiciones de venta

4.5 Cierre de ventas

#### **5. RENDIMIENTO DE VENTAS**

5.1 Análisis del volumen de ventas

5.2 Recuperación de cartera

5.3 Análisis del costo y rentabilidad del marketing

5.4 Valoración del rendimiento individual de ventas

## 5.5 Responsabilidades éticas y legales de los directores de ventas

### SERVICIO AL CLIENTE

#### 1. IMPORTANCIA DEL CLIENTE

- 1.1 Comprender la importancia del cliente dentro del negocio
- 1.2 Acciones para mantener clientes
- 1.3 Relación entre Excelencia y Calidad
- 1.4 Los Clientes Internos y los Clientes Externos

#### 2. RELACIÓN CON EL CLIENTE

- 2.1 Comprender si el cliente siempre tiene la razón
- 2.2 Las expectativas frente a los niveles de Satisfacción
- 2.3 Ciclo del Servicio dentro de la empresa
- 2.4 Los Costos de la No-Calidad
- 2.5 “Los Momentos de la Verdad” y los “Puntos de Contacto”

#### 3. ATENCIÓN AL CLIENTE

- 3.1 Atención a clientes a través de diferentes canales
- 3.2 Resolución de quejas y reclamo
- 3.3 Importancia de la iniciativa y creatividad en el servicio al cliente
- 3.4 Trabajo en equipo – clave para la “Excelencia en el Servicio”
- 3.5 Desarrollo de la Inteligencia Emocional
- 3.6 Técnicas de evaluación del servicio

### FINANZAS Y AUDITORÍA

### GERENCIA FINANCIERA

#### 5. LOS ESTADOS FINANCIEROS

- 1.7. La generación de los estados financieros
- 1.8. Estructura de los estados financieros
- 1.9. Significado e interpretación de los estados financieros
- 1.10. El estado de resultados o de pérdidas y ganancias
- 1.11. El balance general o estado de situación
- 1.12. El estado de flujos de efectivo

#### 6. HERRAMIENTAS DEL ANÁLISIS FINANCIERO

- 5.1 Técnicas de análisis y de comparación
- 5.2 Análisis de estructura de gastos, activos y financiamiento
- 5.3 Análisis de crecimiento y tendencias
- 5.4 Análisis mediante razones financieras
- 5.5 Análisis integrado. Relaciones Dupont
- 5.6 Análisis de variaciones y cambios

5.7 Usos y limitaciones del análisis financiero

**7. PLANIFICACIÓN FINANCIERA**

- 6.1 La planificación financiera
- 6.2 El presupuesto como herramienta de planificación
- 6.3 Pronóstico de ventas
- 6.4 El presupuesto de gastos
- 6.5 Estado de resultados proyectado
- 6.6 Balance general proyectado
- 6.7 El presupuesto de caja
- 6.8 Uso del punto de equilibrio en la planificación financiera

**8. ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO**

- 7.1 Concepto y objetivos de la administración del capital de trabajo
- 7.2 Financiamiento del capital de trabajo
- 7.3 Ciclos de conversión del dinero
- 7.4 Inversión del capital de trabajo
- 7.5 Políticas de financiamiento del capital de trabajo

|                                  |
|----------------------------------|
| <b>DECLARACIONES TRIBUTARIAS</b> |
|----------------------------------|

**1. DEBERES DEL CONTRIBUYENTE O RESPONSABLE Y ADMINISTRACIÓN**

- 1.1 Deberes formales del Contribuyente o Responsable
- 1.2 Deberes de terceros
- 1.3 Deberes de funcionarios públicos
- 1.4 Deberes sustanciales

**2. DECLARACION DE IMPUESTOS**

- 2.1 Tipo de Rentas
- 2.2 Rentas Exentas
- 2.3 Deducciones
- 2.4 Amortización de Pérdidas Tributarias
- 2.5 Base Imponible
- 2.6 La determinación tributaria

**3. CONCILIACIÓN TRIBUTARIA**

- 3.1 Procedimiento reglamentario
- 3.2 El Valor Máximo a Reinvertir
- 3.3 Legalización de la capitalización
- 3.4 El formulario 101 y 102

**4. DECLARACIÓN DE IMPUESTOS**

- 4.1. RETENCIONES EN LA FUENTE DEL IMPUESTO A LA RENTA
  - 4.1.1 Sujetos pasivos
  - 4.1.2 Porcentajes de retención para pagos internos
  - 4.1.3 El formulario 103
- 4.2. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO
  - 4.2.1. Objeto del Impuesto

- 4.2.2. Concepto de transferencia
- 4.2.3. El Crédito Tributario
- 4.2.4. Las retenciones del IVA
- 4.2.5. Conciliación tributaria del IVA como agente de percepción y retención

## **5. OTRAS DECLARACIONES**

- 5.1. El Impuesto a los Consumos Especiales Formulario 105
- 5.2. El formulario 106b y 106 –B
- 5.3. El formulario 107
- 5.4. El formulario 108

## **6. INFORME DE CUMPLIMIENTO TRIBUTARIO**

- 6.1 Descripción conceptual
- 6.2 Anexos
- 6.3 Informe de los Auditores Externos
- 6.4 Proceso integral del informe de cumplimiento tributario

|                                                                  |
|------------------------------------------------------------------|
| <b>NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERAS - NIIFs</b> |
|------------------------------------------------------------------|

## **1. CONSOLIDACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS**

- 1.4 Combinación de negocios: Tipos y causas
- 1.5 Efectos y análisis de estados financieros combinados
- 1.6 Intereses Minoritarios

## **2. FUSIÓN Y ESCISIÓN DE NEGOCIOS**

- 2.1. Normativa legal ecuatoriana
- 2.2. Tipos de fusiones y escisiones de negocios
- 2.3. Procedimientos contables para fusionar estados financieros y negocios
- 2.4. Procedimientos contables para escindir estados financieros y negocios
- 2.5. Efectos y estrategias para fusionar y/o escindir negocios

## **3. ELABORACIÓN DE NOTAS A ESTADOS FINANCIEROS**

- 3.1. Normativa legal referente a la elaboración y emisión de notas a los estados financieros
- 3.2. Notas Generales a los estados financieros
- 3.3. Notas específicas a los estados financieros

## **4. LIQUIDACIÓN DE NEGOCIOS**

- 4.1. Proceso legal de disolución y liquidación de negocios
- 4.2. Entorno económico y efectos de una liquidación de negocios
- 4.3. Elaboración y emisión de estados financieros de un negocio en liquidación

|                      |
|----------------------|
| <b>PRODUCTIVIDAD</b> |
|----------------------|

|                            |
|----------------------------|
| <b>GESTIÓN DE PROCESOS</b> |
|----------------------------|

**1. MARCO CONCEPTUAL BÁSICO SOBRE LA ADMINISTRACIÓN POR PROCESOS**

- 1.1 Definición e importancia del cliente
- 1.2 Importancia del enfoque hacia procesos
- 1.3 Elementos de la Calidad Organizacional
- 1.4 Definición de proceso
- 1.5 Herramientas para el cambio organizacional
- 1.6 Definición de Valor Agregado
- 1.7 Filosofías de Administración por Procesos
- 1.8 Trabajo en equipo
- 1.9 Ciclo de desarrollo organizacional
- 1.10 Apoyo de la Alta Gerencia para el proceso de cambio
- 1.11 Selección de estrategia para el mejoramiento de procesos
- 1.12 Cambio de paradigmas

**2. METODOLOGÍA DE MEJORAMIENTO DE PROCESOS**

- 2.1 Mapeo de Procesos
- 2.2 Levantamiento de información
- 2.3 Análisis del Proceso
- 2.4 Diseño del nuevo proceso
- 2.5 Implementación Del nuevo proceso
- 2.6 Evaluación del proceso

**3. PLANEACIÓN DE PRODUCTOS, PROCESOS, TECNOLOGÍAS E INSTALACIONES**

- 3.1 Diseño y desarrollo de Productos, servicios y procesos
- 3.2 Tecnología de la producción: selección y administración
- 3.3 Asignación de Recursos a alternativas estratégicas
- 3.4 Localización: conceptos y factores, métodos de evaluación de localización
- 3.5 Distribución de Planta: Factores y características
- 3.6 Distribución de acuerdo al proceso productivo
- 3.7 Esquema de planeación para los centros de distribución

|                                                      |
|------------------------------------------------------|
| <b>CUADRO DE MANDO INTEGRAL (BALANCED SCORECARD)</b> |
|------------------------------------------------------|

**5. INTRODUCCIÓN**

- 5.1. Áreas de análisis
  - 1.1.5 Financiera
  - 1.1.6 Cliente
  - 1.1.7 Proceso
  - 1.1.8 Desarrollo de personas y aprendizaje

**6. BENEFICIOS**

- 6.1. Análisis de beneficios en cada área

**7. IMPLEMENTACIÓN**

- 7.1. Diagnostico y levantamiento de información
- 7.2. Determinación de funciones generales
- 7.3. Estudio de necesidades
- 7.4. Determinación de variables criticas
- 7.5. Establecimiento de medidas correctivas entre variables criticas
- 7.6. Elaboración del cuadro de mando integral

**8. ELABORACION DEL CUADRO DE MANDO**

- 8.1. Desarrollo integral

**ADMINISTRACIÓN****GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO****1. ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL**

- 1.1 Funciones de la administración de personal
- 1.2 Directrices uniformes para los procedimientos de reclutamiento, selección, capacitación y evaluación de personal
- 1.3 Análisis de puesto

**2. DESARROLLO Y EVALUACIÓN**

- 2.1 Desarrollo del personal
- 2.2 Cultura corporativa, desarrollo organizacional y trabajo en equipo
- 2.3 Definición de planeación y desarrollo de carrera
- 2.4 Evaluación del desempeño

**3. BIENESTAR LABORAL**

- 3.1 Tipos de compensación
- 3.2 Programas de salud y bienestar
- 3.3 Manejo de tensiones






**4. RELACIONES CON EL PERSONAL Y EVALUACIÓN DE LA VIDA PERSONAL**

- 4.1 El sindicato
- 4.2 Negociación colectiva
- 4.3 Relaciones internas con los empleados

## ANEXO 19: COTIZACIÓN MATERIALES DE PAPELERÍA



**ANDAGUEDA**  
comunicación a su estilo

| PROFORMA                                          |                                                                                                                    |                                                                                                                    |                |             |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------|
| REFERENCIA                                        | DS - 000083- 010                                                                                                   |                                                                                                                    |                |             |
| CLIENTE                                           | UNIVERSIDAD CATOLICA                                                                                               |                                                                                                                    |                |             |
| CONTACTO                                          | Verónica Villagran                                                                                                 |                                                                                                                    |                |             |
| DIRECCION                                         |                                                                                                                    |                                                                                                                    |                |             |
| TELEFONO / FAX                                    | 2991700                                                                                                            |                                                                                                                    |                |             |
| CORREO ELECTRONICO                                | <a href="mailto:verovillagran4@hotmail.com">verovillagran4@hotmail.com</a>                                         |                                                                                                                    |                |             |
| FECHA                                             | 18 de Mayo del 2010                                                                                                |                                                                                                                    |                |             |
| Cant                                              | DESCRIPCION                                                                                                        | IMAGEN                                                                                                             | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|                                                   | <b>ESFEROS IMPRESOS CON LOGO(VARIAS OPCIONES)</b>                                                                  |                                                                                                                    |                |             |
| 1000                                              | 1.-OPCIÓN UNO                                                                                                      | <br>BIC® Round Stic®             | \$ 0,70        | \$ 700,00   |
|                                                   | 2.- OPCIÓN DOS                                                                                                     | <br>BIC® Joyas®                  | \$ 0,78        | \$ 780,00   |
|                                                   | Bolígrafo ecológico                                                                                                | <br>BIC® Ecolutions™ Round Stic™ | \$ 0,78        | \$ 780,00   |
|                                                   | 3.- OPCIÓN TRES                                                                                                    | <br>BIC® Clic Stic™             | \$ 0,85        | \$ 850,00   |
|                                                   | 4.- OPCIÓN CUATRO(Esfero combino)                                                                                  |                                | \$ 0,90        | \$ 900,00   |
|                                                   | <b>PAPELERÍA</b>                                                                                                   |                                                                                                                    |                |             |
| 1000                                              | Blogs de Notas tamaño A4,20 pág en papel bond de 90g. con logotipo full color en el tiro                           |                                                                                                                    | \$ 0,60        | \$ 600,00   |
| 1000                                              | Pos it medidas 10x10 con logo impreso full color en el tiro de 100 hojas cada uno                                  |                                                                                                                    | \$ 0,43        | \$ 430,00   |
| 1000                                              | Flayers Tamaño A5,en papel couche de 115g. Full color                                                              |                                                                                                                    | \$ 0,10        | \$ 100,00   |
| 1000                                              | Afiches en couche de 15g, full color en el tiro más UV                                                             |                                                                                                                    | \$ 0,23        | \$ 230,00   |
| 1000                                              | Carpetas, impresas con el logo full color en el tiro con bolsillo en el interior, en couche de 115g.               |                                                                                                                    | \$ 0,40        | \$ 400,00   |
|                                                   | <b>TIEMPO DE ENTREGA:</b> El convenido con el cliente.<br><b>FORMA DE PAGO:</b> 50% Anticipo y 50% Contra entrega. |                                                                                                                    |                |             |
| <b>A LOS PRECIOS DADOS SE DEBE AGREGAR EL IVA</b> |                                                                                                                    |                                                                                                                    |                |             |
| <b>SUBTOTAL</b>                                   |                                                                                                                    |                                                                                                                    |                | \$ -        |
| <b>IVA 0%</b>                                     |                                                                                                                    |                                                                                                                    |                | \$ -        |
| <b>DESCUENTO</b>                                  |                                                                                                                    |                                                                                                                    |                | \$ -        |
| <b>TOTAL</b>                                      |                                                                                                                    |                                                                                                                    |                | \$ -        |

PARA EL QUE CREE... TODO ES POSIBLE!

## ANEXO 20: COTIZACIÓN GREENTEK DATABASE – MAILING



### CAMPAÑA PUBLICITARIA MAIL MARKETING

Estimada  
Cristina Torres  
Presente.\_

Luego de un cordial saludo y como parte de nuestro asesoramiento, presento nuestra propuesta de servicios publicitarios de acuerdo al giro de negocio de su empresa.

Envíos de mailing a nuestra base de datos, según previa segmentación dirigida al mercado objetivo.

### CAMPAÑA PUBLICITARIA DIGITAL

#### Objetivos de la Campaña:

- Recordación de marca.
- Generación base de datos propia.
- Administración comunicaciones potenciales clientes (su empresa).
- Comunicación promociones, lanzamiento de nuevos productos o servicios.
- Medición nivel de interés respecto al productos o servicio.

### Caracterización Segmento de Mercado Objetivo

#### Segmento de Mercado Objetivo:

- **Geográfico:** Quito
- **Demográfico:** edad abierta
- **Género:** hombres y mujeres
- **Carrera:** Administración

*Por confirmar target*

## DETALLE SERVICIOS CAMPAÑA MARKETING DIGITAL

- Personalización de cada envío Publicitario E - Mailing (subject).
- Remitente de cada envío (su empresa).
- Servicio de Diseño Artes Publicitarios para la Campaña.
- Generación links programación contenido,
  - Programación contenido funcional, formulario, generación base de datos propia.
- Entrega REPORTE MEDICION REAL DE IMPACTOS GENERADOS a través de la campaña en el transcurso de 8 días.

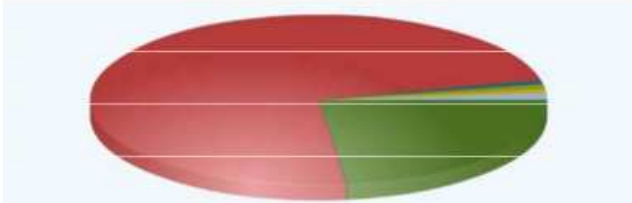
## Modelo estadísticas Reporte Servicio de Mailing:

Ejemplo envío campaña producto selectivo

| INDICADOR                                                | RESULTADO | %       | DESCRIPCIÓN                                                   |
|----------------------------------------------------------|-----------|---------|---------------------------------------------------------------|
| Total de envíos realizados (Sent)                        | 13593     | 100,00% | El total de envíos realizados a la BDD.                       |
| Aperturas efectivas (Opens)                              | 3761      | 27,62%  | Cantidad de aperturas del e-mail.                             |
| Correos no entregados (Undeliverable)                    | 25        | 0,18%   | Bandejas de entrada llenas                                    |
| Número de clics generados sobre el hipervínculo (Clicks) | 1666      | 44,06%  | Clics en hipervínculos                                        |
| Porcentaje de quejas (Complaints)                        | 4         | 0,03%   | Cantidad de registros que no desearon recibir la información. |

ANÁLISIS ESTADÍSTICO LINKS



|                                                                                                                                                                                                                                           |       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <a href="http://www.dinersclub.com.ec">http://www.dinersclub.com.ec</a>                                                                                                                                                                   | 23    |
| <a href="http://www.dinersclub.com.ec/02datos/contacto.htm">http://www.dinersclub.com.ec/02datos/contacto.htm</a>                                                                                                                         | 13    |
| <a href="http://www.dinersclub.com.ec/02datos/via_mail.htm">http://www.dinersclub.com.ec/02datos/via_mail.htm</a>                                                                                                                         | 9     |
| <a href="http://www.dinersclub.com.ec/04tarjetas/freedom.htm?referingurl=http%3A%2F%2Fwww.dinersclub.com.ec/index2.asp">http://www.dinersclub.com.ec/04tarjetas/freedom.htm?referingurl=http%3A%2F%2Fwww.dinersclub.com.ec/index2.asp</a> | 5     |
| <a href="http://www.freedom.com.ec/freedom_convencional/amigos_mail.jsp">http://www.freedom.com.ec/freedom_convencional/amigos_mail.jsp</a>                                                                                               | 12    |
| <a href="http://www.freedom.com.ec/freedom_convencional/formulario_mail.jsp">http://www.freedom.com.ec/freedom_convencional/formulario_mail.jsp</a>                                                                                       | 1.213 |
| <a href="http://www.freedom.com.ec/mailling/mailling_hijo.html">http://www.freedom.com.ec/mailling/mailling_hijo.html</a>                                                                                                                 | 1     |
| <a href="http://www.freedom.com.ec/mailling/mailling_padres.html">http://www.freedom.com.ec/mailling/mailling_padres.html</a>                                                                                                             | 384   |

## ESTRATEGIA CONTENIDO PLATAFORMA TECNOLÓGICA ADMINISTRADA POR GREENTEK

Direccionamiento a formulario inteligente.

|               |                      |  |
|---------------|----------------------|--|
| NOMBRES :     | <input type="text"/> |  |
| APELLIDOS :   | <input type="text"/> |  |
| CUIDAD :      | <input type="text"/> |  |
| DIRECCIÓN :   | <input type="text"/> |  |
| TELEFONOS :   | <input type="text"/> |  |
| EMAIL :       | <input type="text"/> |  |
| COMENTARIOS : | <input type="text"/> |  |
| Ervier        |                      |  |

## PROPUESTA ECONÓMICA

|   | SERVICIO | CANTIDAD | COSTO                | TOTAL      |
|---|----------|----------|----------------------|------------|
| 1 | MAILING  | 1        | 300                  | 300        |
|   |          |          | <b>TOTAL SIN IVA</b> | <b>300</b> |

**ANEXO 21: COTIZACIÓN IMPRESIÓN DE PIEZAS PUBLICITARIAS**

Av. 12 de Octubre 1474 y Foch  
 Centro Comercial 12 de Octubre Local 7  
 Telfax: (593 2) 25-61-366 Fax: 31-60-365  
 E-mail: finalarte.ventas@hotmail.com  
 Quito-Ecuador

**PROFORMA Nº**

19393

Quito, 17 de agosto de 2010

**Señor(es):** EDEP**Dirección:****Teléfono:****Cel:****Atención:** CRISTINA TORRES**e-mail:**

De acuerdo a su solicitud, sírvase encontrar la proforma del material solicitado, la misma que esperamos cumpla con sus requerimientos.

| <b>CANT.</b> | <b>DETALLE</b>                                       | <b>V.<br/>UNITARIO</b> | <b>V.<br/>TOTAL</b> |
|--------------|------------------------------------------------------|------------------------|---------------------|
| 1000         | TRIPTICOS TAMAÑO A5 IMPRESIÓN FULL COLOR             | 0,16                   | 160,00              |
|              | TERMINADO DOBLADO Y VARNIZADO EN PAPEL COUCHE DE 180 |                        |                     |
| 3000         | TRIPTICOS TAMAÑO A5 IMPRESIÓN FULL COLOR             | 0,11                   | 330,00              |
|              | TERMINADO DOBLADO Y VARNIZADO EN PAPEL COUCHE DE 180 |                        |                     |
| 5000         | TRIPTICOS TAMAÑO A5 IMPRESIÓN FULL COLOR             | 0,09                   | 450,00              |
|              | TERMINADO DOBLADO Y VARNIZADO EN PAPEL COUCHE DE 180 |                        |                     |
| 1000         | DIPTICOS TAMAÑO A5 IMPRESIÓN FULL COLOR              | 0,15                   | 150,00              |
|              | TERMINADO DOBLADO Y VARNIZADO EN PAPEL COUCHE DE 180 |                        |                     |
| 3000         | DIPTICOS TAMAÑO A5 IMPRESIÓN FULL COLOR              | 0,1                    | 300,00              |
|              | TERMINADO DOBLADO Y VARNIZADO EN PAPEL COUCHE DE 180 |                        |                     |
| 5000         | DIPTICOS TAMAÑO A5 IMPRESIÓN FULL COLOR              | 0,08                   | 400,00              |
|              | TERMINADO DOBLADO Y VARNIZADO EN PAPEL COUCHE DE 180 |                        |                     |

**Validez: 5 DIAS****Tiempo de entrega: A CONVENIR****Forma de pago: 50% ANTICIPO 50% CONTRAENTREGA**

Cordialmente,

Aprobado por:

---

 María Fernanda Rivadeneira  
**GERENTE GENERAL**


---

**FIRMA Y SELLO DE LA EMPRESA**  
 NOMBRE Y APELLIDO DE QUIEN APRUEBA